生活をつくるbimonthly magazine

第74号 平成7年2月5日発行 〈隔月刊〉 年6回発行 ISSN0910-1950

デザインの現場
DESIGNERS' WORKSHOP

2 FEB
1995 VOL.12 NO.74 [隔月刊]

創業90周年

美術出版社
創業90周年

[インタヴュー]
トレンドセッターの仕事
リドヴィ・エデルコート

[特別記事]
「デザインウェーブ '94
イン富山」レポート

次号→3月27日発売

【特集】
HAPPY NEW DESIGN
いま気になるクリエイターたち

写真｜髙橋恭司＋ファッション｜浜井弘治＋広告｜米村浩＋家具｜秋山公男＋舞台｜林巻子 劇団「ロマンチカ」
スペースデザイン｜吉岡徳仁＋ファッション｜山下隆生＋映像｜タケイ グッドマン
ゲーム｜田尻智＋イラストレーション｜山根茂樹＋建築｜ウシダ・フィンドレイ・パートナーシップ

ア・イ・コ・ピ・エ

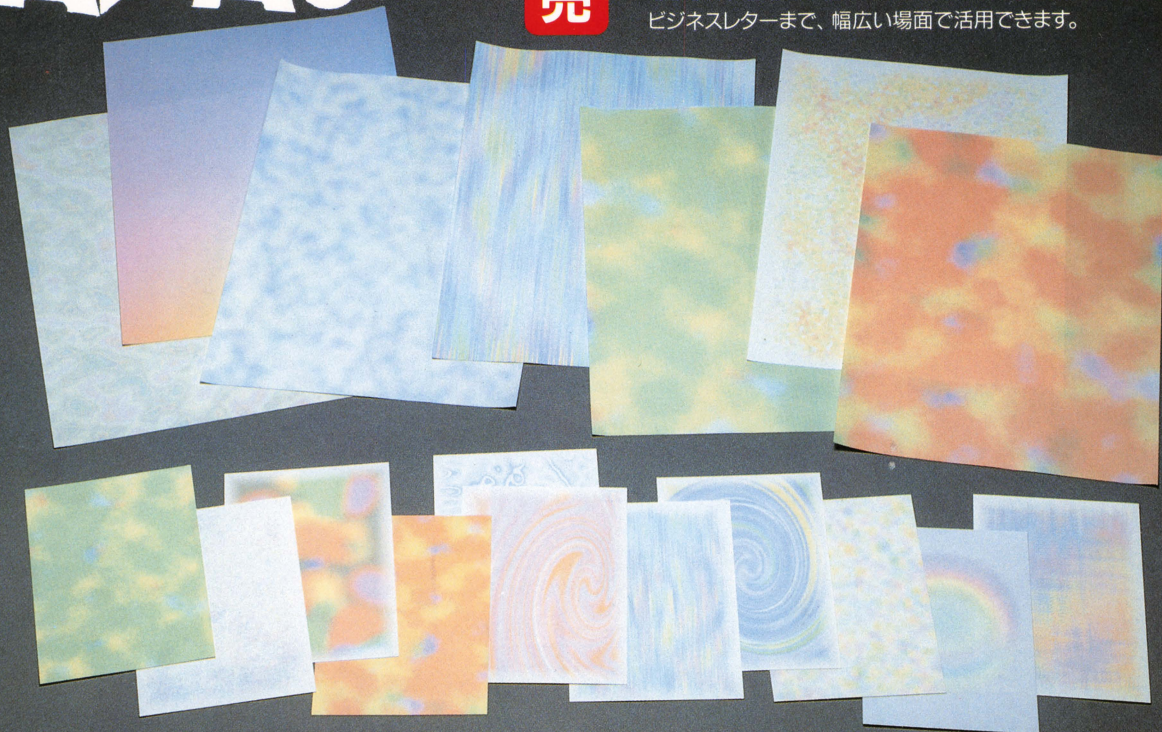
aicopie

ワープロ・コピー・DTPペーパー

ワープロに コピーに DTPに カラフル カラフル

SOFT COLOR

A4とA6 SIZE 新発売

●報告書やリーフレット、レターヘッドや案内状として使いやすいA4size。
●案内状やグリーティングカード、はがきに使いやすい、A6size。
各種OA機器や印刷機に対応した、カラフルペーパーの登場です。もちろん、通常の筆記具もOKですから、個人的なお便りから、ビジネスレターまで、幅広い場面で活用できます。

対応機器・筆記適性

A4size		A6size
◎	ワープロ(熱転写)	◎
◎	コピー	◎[葉書対応機使用]
◎	レーザープリンター	◎[葉書対応機使用]
○	インクジェットプリンター	○[葉書対応機使用]
○	バブルジェットプリンター	○[葉書対応機使用]
○	印刷機(孔版・軽オフ・簡易印刷)	○
◎	鉛筆・色鉛筆	◎
◎	ボールペン・万年筆	◎
◎	水性ペン・水性顔料サインペン	◎
—	油性ペン	△[裏抜けすることあり]
—	アルコールマーカー	△[裏抜けすることあり]
△	墨	△

規格・種類

A4size 大きさ:297㎜×210㎜ 厚み:0.09㎜ 81g/㎡		A6size 大きさ:148㎜×105㎜ 厚み:0.17㎜ 157g/㎡	
ダイナミック	ベアコットン	ムーライト	ベアコットン
オーロラ	パウダー	フォンテーヌ	パウダー
クレマティス	グリーンノート	ミモザ	グリーンノート
ベビィチーク	ツムギ	ウォータードロップ	ツムギ
パーティ	フローラルノート	パーティ	フローラルノート
コクリコ	グリーングラス	コクリコ	グリーングラス
メヌエット	セレナーデ	メヌエット	セレナーデ
サンライズ	ラベンダー	サンライズ	ラベンダー
ヒマワリ	アクア	ヒマワリ	アクア
ペトロール	グラスファイバー	ペトロール	グラスファイバー

●ご希望の方に、詳しいパンフレットとサンプルをお送りします。はがき又は、FAXでご連絡ください。

GEK® アイデアあふれるデザイン用品メーカー
株式会社ジーイー企画センター
〈〒102〉東京都千代田区麹町5-7 秀和紀尾井町TBRビル924
お問い合わせ:phone:03-5275-2401 fax:03-5275-2402

Fractal Design Painter 2.0 / X2, So Hot. So Cool.

常識を超えた新画材。

© 1992 Delores Highsmith

Fractal Design Painter 2.0™

フラクタル・デザイン・ペインター2.0
(日本語版)　標準価格：¥83,000(税別)

鉛筆　フェルトペン　チョーク　ペン　水彩　エアブラシ　リキッド　アーティスト

MACWORLD EXPOSITION®
Tokyo

フラクタルデザイン・ペインタ3.0
■'95年近日発売予定■
マックワールドエキスポ'95にて出品予定
話題豊富なレトラセットブースへ是非お立ち寄りください。

マックエキスポ'95
日時：1995年2月25日(土)〜28日(火)
会場：幕張メッセ 7号館 No.425

フラクタル・デザイン・ペインターは、今までの画材では不可能だったことを表現できる全く新しいペイントツールです。各種揃っている画材、紙質・キャンバスのテクスチュア、下地の色やにじみ具合などを自由に選べます。しかも油彩の上に色鉛筆で描いたりと、様々な画材を同一画面上でオペレーションでき、ペインター独自の世界を表現できます。さらに仕上がったイメージに照明効果、ガラス効果、リキッド効果、クローン機能、プレイバック機能で後加工ができます。

Painter 2.0/Painter X 2はレトラセットジャパン㈱が総輸入元として日本国内で販売いたします。詳しくはレトラセット担当営業までお問い合わせください。

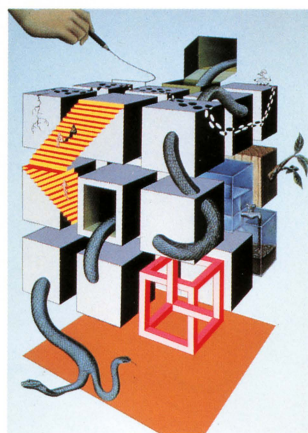
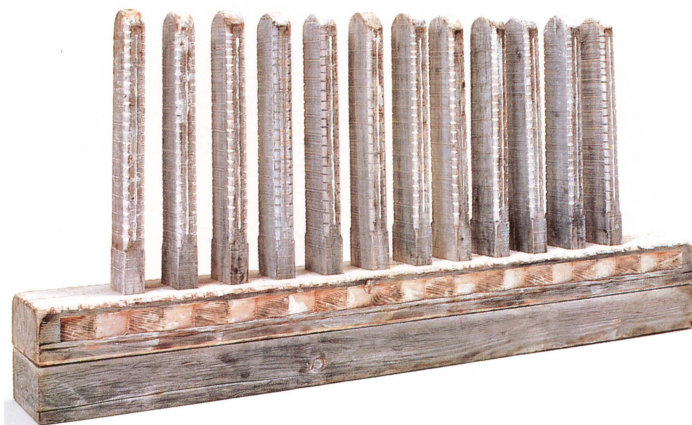
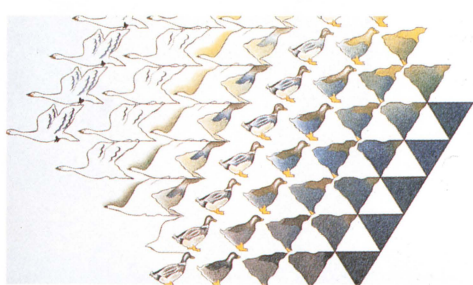
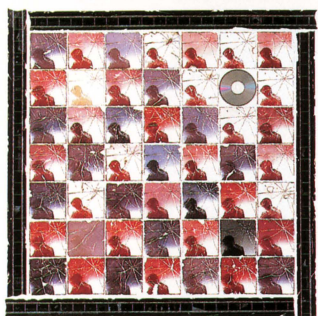
Fractal Design Painter 2.0/Painter X2はFractal Design Corpの登録商標です。

ESSELTE

本社・EDS事業部　〒153 東京都目黒区東山1-6-5 杉田ビル　TEL.03(5721)1644
大阪営業所　〒533 大阪市東淀川区東淡路3-3-47　福岡営業所　〒812 福岡市博多区博多駅南5-9-29

フラクタル・デザイン・ペインターX2
(日本語版)　標準価格：¥28,000(税別)
ペインター2.0で作成したイメージに複数のグラフィック要素を組合わせて構成する拡張ソフトです。※ペインターX2はペインター2.0Jの拡張機能なので、X2を使うにはペインター2.0が必要になります。

ビジュアルアーツ登場。

視覚表現にルールはない。デザイン教育に長年携わってきた、日本デザイン専門学校が出した結論です。グラフィックでもなければイラストレーションでもない、素材と空間を自由に駆使した新たなコミュニケーション手段。それを私たちは「ビジュアルアーツ」と呼ぶことにしました。グラフィックデザイン科のビジュアルアーツ専攻。来春開設です。

●グラフィックデザイン科●グラフィックデザイン専攻●アートディレクション／クリエイティブデザイン／グラフィックデザイン／ポスターデザイン／アミューズメントデザイン●ビジュアルアーツ専攻●コミュニケーションアーツ／コンピューターグラフィックス／スペースアーツ／ビジュアルアーツ●イラストレーション専攻●カジュアルイラストレーション／ファッションイラストレーション／キャラクターイラストレーション／リアルイラストレーション●工業工芸デザイン科●クラフトアート／エコノロジーデザイン／リビングデザイン／ヒューマンデザイン●インテリアデザイン科●アーバンデザイン／照明デザイン／ファサードデザイン／モデュールシステムデザイン／インテリアアーキテクチュアルデザイン／環境デザイン／スペースデザイン／ヴィジュアルフォームデザイン／インテリアファニチュアデザイン

ひとりひとりの個性を大切にします。

東京都認可の専修学校

日本デザイン専門学校

〒151 東京都渋谷区千駄ヶ谷5-7-3　☎(03)3356-1501㈹

ほら。見るからに、酸っぱいでしょう。見れば見るほど、辛いでしょう。いかがです。これが、実感画質。新しいピクセルのカラーコピーです。色やカタチを再現するだけではない、味や香り、舌ざわりまで実感できる高画質。独自の新技術アルゴリクスの成果です。新エンジンを採用し、1ドット単位からの再現力を極限近くまで高めた出力システム。AI技術と豊富なノウハウをフルに駆使したデジタル画像処理。そして、この高画質を、だれもが思いどおりに使いこなせる操作系。ハードもソフトも一新したピクセルです。目に見えるものだけでなく、人の五感が感じるすべてを伝えるメディアへ。おなじカラーコピーでも、ツバがわいたりツーンとくるのは…ご覧のとおり、キヤノンです。

(実感画質。)カラーコピーはピクセル

パーソナルからA1大判コピーまで。ピクセル・ラインナップ●机に置けるフルカラー[PIXEL JET/PIXEL JET S]●五感で感じる新高画質[NEW PIXEL DiO/NEW PIXEL DiO S]●ビッグ・フルカラーの新しい美しさ[NEW PIXEL PRO]

1995年2月25日(土)→28日(火)
10:30→17:30 千葉・幕張メッセ(日本コンベンションセンター)

4日間開催決定!!

MACWORLD Expo/Tokyo '95

教育、エデュテインメント、
ネットワーク/コミュニケーション/コラボレーション

1 プレゼンテーションステージ
エデュケーション/エデュテインメント、ビジネス、クリエイティブ、
ネットワーク/コミュニケーション/コラボレーション
2 ハンズオンコーナー

そのほか、US Access Pavilion、User Listening Corner、KIDS Pavilionなどの
コーナーも開設されます。(予定)

- 名称:MACWORLD Expo/Tokyo '95
- 会期:1995年2月25日(土)~28日(火)
- 会場:幕張メッセ(日本コンベンションセンター)
  千葉市美浜区中瀬2番1号
- 主催:IDGワールドエキスポ/ジャパン
  マックワールド・コミュニケーションズ・ジャパン
  日本工業新聞社
  ニッポン放送
  フジテレビジョン
  産経新聞

◎MACWORLD Expo/Tokyo'95に関するお問い合わせ
MACWORLD Expo/Tokyo '95統括事務局 IDGワールドエキスポ/ジャパン内 TEL:03-5276-3751 FAX:03-5276-3752

▶ Macintoshはアップルコンピュータ社の登録商標です。
▶ MACWORLD Expo/Tokyoは米国IDGワールドエキスポコーポレーションのライセンス(日本においてはIDGワールドエキスポ/ジャパン)により企画/運営されております。

MACWORLD Expo/Tokyo '95のメニュー番号は16001です。

1. ファクスの電話から、03-3391-1200に電話をかけます。(トーン信号を発信できるファクスが必要です。)
2. 音声ガイドに従って、メニュー番号と#を押します。
3. 0#を押して、「ピーッ」という発信音が聞こえたら、ファクスのスタート/手動受信ボタンを押してください。

◎FAXAIDは、アップルコンピュータ社のファクス情報サービスです。
◎FAXAIDの利用方法は、Tel.03-3398-3789(平日10:00~17:00)までどうぞ。

Graphic-Product-Sculpture
TAKENOBU IGARASHI
50 PROJECTS EXHIBITION
2/5 SUN - 2/19 SUN 10AM-6PM
Kobe Fashion Mart "IO" Hall, 9F
Use direct path way from Island Center station on
Rokko Island.
Organized by Dizain Inc.
TEL.078.857.8245
3/25 SAT - 5/7 SUN 10AM-8PM
Mitsubishi-Jisho Artium
IMS 8F, Tenjin, Chuo-ku, Fukuoka-shi
Organized by The Nishi Nippon Shimbun
Inc. / Mitsubishi-Jisho Artium
TEL.092.733.2050
6/6 TUE - 6/20 TUE 9AM-5PM
Exhibit Room, Library Center IF,
Kanazawa Institute of Technology
Ougigaoka 7-1, Nonoichi-machi, Ishikawa-ken
Organized by Kanazawa Institute of
Technology TEL.0762.46.4784
6/26 MON - 7/8 SAT 10AM-6PM
Space Attic, Tokyo Design Center 8F
3 minutes walk from east exit of JR Gotanda station.
Organized by Dizain Inc.
TEL.078.857.8245
Entrance Fee: 400yen (Student: 300yen)
・Free entrance at Kanazawa Exhibition.
Planning and coordinating by Dizain Inc.
In collaboration with Igarashi Studio
Sponsored by Inter Office Limited / AIM Corporation
Suntory Limited / Japan Market Center
Tokyo Design Center Inc. / Morisawa & Company, Ltd.
Catalog published by Graphis US Inc.
カタチになる夢－50のプロジェクトから
五十嵐威暢展
神戸・2/5(日)-2/19(日) 10AM-6PM
会場 神戸ファッションマート9F "IO"ホール
六甲アイランド・アイランドセンター駅より直通
主催 株式会社ディザイン
TEL.078.857.8245
福岡・3/25(土)-5/7(日) 10AM-8PM
会場 三菱地所アルティアム
福岡市中央区天神・イムズ8F
主催 三菱地所アルティアム・西日本新聞社
TEL.092.733.2050
金沢・6/6(火)-6/20(火) 9AM-5PM
会場 金沢工業大学ライブラリーセンター1F・展示室
石川県野々市町扇が丘7-1
主催 金沢工業大学
TEL.0762.46.4784
東京・6/26(月)-7/8(土) 10AM-6PM
会場 東京デザインセンター8F・スペースアティック
JR山手線五反田駅東口徒歩3分
主催 株式会社ディザイン
TEL.078.857.8245
入場料/一般400円 学生300円・金沢展は入場無料
企画 株式会社ディザイン
協力 株式会社イガラシステュディオ
協賛 株式会社インター・オフィス/エー・アイ・エム株式会社
サントリー株式会社/株式会社ジャパンマーケットセンター
株式会社東京デザインセンター/株式会社モリサワ
カタログ制作 グラフィスUSA

インド・ラジャスタンのブレスレットVOL・2

私達には昔懐かしいサーカスや、さとうきび売りや、そして歯医者（？）も路上で乱暴にヤットコで歯を抜いています。

砂漠の砂の中に古タイヤを積み上げ、自分がその真中に、どっかりと座っている人はサンダルの修理屋さん、古タイヤを切ってサンダルに貼りつけるのです。

一番おもしろいのは、体重計。といっても保健所の大きいものではなく、家庭のヘルスメーターを一つだけポツンと砂漠の路に置き、日がな一日、体重を計りにくるお客を待って、突っ立っている男。日本の中世の市はこんなものではなかったかとタイムスリップしてしまう程の不思議さです。

当然、集まってくる人々は、最高のおしゃれをしてきます。サリーも、しぼりの豪華なものに、金や銀をつけたものも多く、ジュエリーは、それこそ、ありったけを身につけてきます。男もかっこよくピアースをしていますし、また、足の指にリングをしている人もいます。もう首都のデリーでは、ほとんど見られない、ラジャスタンの生活や文化が見られます。

デリーでは、こういった風習は多分軽蔑されている、という雰囲気を感じます。

丁度、スペインのフラメンコがマドリッドの一部のインテリには、軽蔑の対象となっているように、どこの国にも古い伝統的なものを否定し、欧州文明を尊ぶような時代や風潮があります。

インドのラジャスタンには、今でもこれらの写真のような衣服を日常生活でも身につける暮らしをおくっています。それがデリーに近づくにつれ、ジーパン姿が多くなり、それが格好良く見えるらしいのです。

私は、前号の銀のブレスレットを見ていると、世界の各地で起こっている、伝統文化の薄まりと、その伝統文化と地方の近代化のバランスをどうとっていけばよいのか、いつも考えさせられてしまいます。

私達人類は、その歴史上、十五世紀には中世という時代の社会システムに行き詰まりを起こし、国家主義（新しい中央集権主義）のもと、近代資本主義への道を歩むことで危機をのりきりましたが、今、又このシステム自体が大きな歪みを起こしています。このブレスレットもまた、一つのオブジェとして、私達に疑問を投げかけているようにも思えます。

学校長　水野孝彦

サーカスの女王

これが古タイヤのサンダル屋さん

ノーズリングと絞りのサリーのコントラストを見て下さい

見事なアンクレットと、足指にもリングをしています

Sokei Academy of Fine Arts

［創形美術学校卒業制作展］

●造形科／版画科／研究科＝95年2月28日（火）～3月5日（日）於、麻布美術工芸館
●グラフィックデザイン科＝95年3月1日（水）～3月4日（土）於、六本木AXISギャラリー

TCA. design

in side Tokyo communication arts...

No.15

業界研修が、そのまま就職に結びつきました。

3年・福田大作くん（千葉県立実籾高校出身）

●広告プロダクション・(株) オルビスに内定。

「業界研修でこの会社を知り、どうしても入社したいと思いました。面接では、自分でつくった80ページの作品集を持参。MACの授業で、さまざまなソフトを使いこなしたことをアピールし、内定が決まりました」

3年・福井直人くん（神奈川県横浜市立戸塚高校出身）

●グラフィックデザイン事務所・(有) サン＆ムーンに内定

「MACを使ってクオリティの高い仕事をしているデザイン事務所です。授業中にMACで制作した作品をプレゼンテーションし、自分を売り込みました。自己アピールの方法を先生方に何度も相談したのがよかった」

3年・金井隆宏くん（東京都・日本大学第一高校出身）

●広告制作プロダクション・(株) プランテーションに内定

「作品はもちろん、数多くのラフスケッチ、アイデアを持参して、やる気を全面に出しました。就職担当の廣井先生には、常に新しい情報を提供していただき、感謝しています。厳しい状況の割には、楽な就職活動でした」

TCAの「就職の強さ」には、定評がある。たとえば、94年3月卒業生の就職率は97%（グラフィックデザイン科）。かつてない厳しさといわれた昨年の就職戦線でも、学生たちは続々と内定を果たしている。

なぜ、TCAの学生は就職に強いのか？ その理由は、独自のカリキュラムにある。1年次は基礎力を育て、2年次に応用力を養成。そして3年次のはじめに学生全員が、1カ月間の業界研修を体験する。

業界研修とは、それまで身につけた専門知識と技術をプロの現場で確かめる、いわばインターン・システム。学生たちは、広告代理店やデザインプロダクションなどで、プロの仕事を実体験する。

こうした一連のカリキュラムが、学生たちの実践力を育み、高い就職率を支えているのだ。TCAでは、毎年、約3割の学生が、研修先にそのまま就職を果たしている。

グラフィックデザイン科（3年制）

●グラフィックデザインコース ●イラスト＆キャラクターデザインコース
●マルチメディア アーティストコース ●まんがコース

資料請求はお電話で（500円切手後納）

▪WE ARE TCA '95▪学生作品発表展▪

1/29 sun. 30 mon. 31 tue 浜松町ニューピアホール

期間中、本校の学生がJR浜松町駅・都営浅草線大門駅より、ご案内いたします。
展示時間など、くわしいお問い合わせは下記まで。

学校法人
東京コミュニケーションアート専門学校
〒134 東京都江戸川区西葛西6-29-9 TEL 03-3688-6501

'95入学願書受付中！

海外の美術・芸術大学学士号取得制度（留学）

世界で活躍するアーティストになる

世界で活躍するクリエイターを養成するためバンタンデザイン研究所は海外の美術・芸術系の大学と特別単位互換提携を結びました。これによりバンタンでの単位を海外提携校が認定して編入留学が可能になり、卒業と同時にBFA（美術学士）、BA（芸術学士）等の学士号を取得することができます。

UNIVERSITY OF EAST LONDON

国立ユニバーシティ・オブ・イーストロンドン（ロンドンU.K）
B.A（バチェラー・オブ・アート）芸術学士号取得

COURSES

ビジュアルコミュニケーション・ファインアート・フィルムアート・イラストレーション・プロダクトデザイン・ファッションデザイン&マーケティング・テキスタイルデザイン

ロンドンの東、バーキングとストラットフォードに大図書館、スポーツセンターなどを備えたキャンパスを持ち、総学生約7,800名が学んでいます。映画監督のケン・ラッセルやピーター・グリナウェイの出身校としても有名です。美術デザイン部門の学生数は約800人で１クラス平均10人と少数精鋭を主義としており、BA＝芸術学士コースでは現在約25名の日本人学生が学んでいます。

ACADEMY OF ART COLLEGE

私立アカデミー・オブ・アートカレッジ（サンフランシスコU.S.A）
B.F.A（バチェラー・オブ・ファインアート）美術学士号取得

COURSES

グラフィックデザイン・フォトグラフィ・アドバタイジングデザイン・ファインアート・イラストレーション・インテリアデザイン・ファッションマーチャンダイジング・モーションピクチャー

1929年カルフォルニア州初の４年制美術大学として誕生したアカデミー・オブ・アートカレッジでは、現在約3,500名の学生が学んでいます。卒業と同時にカルフォルニア州政府認可のBFA＝美術学士号、さらに修士過程の履修によりMFA＝美術修士号の取得も可能です。キャンパスは郊外ではなく市の中心部に位置し、都市の感性が吸収できるアメリカでも数少ない美術大学です。

■**他の編入留学可能校：**私立プラット美術大学（ニューヨーク・U.S.A）・学生数3,200名・BFA＝美術学士号取得可能

1. **編入留学制度：**バンタンデザイン研究所２～３年で学ぶ単位を上記の海外提携大学が認定。２年間の編入留学を経て卒業と同時に学位を取得。帰国後の就職活動はバンタンデザイン研究所がバックアップします。
2. **編入留学資格：**語学力や認定ランクに関わらず、バンタンデザイン研究所在学中の修了必要単位取得者すべてが編入留学可能。
※TOEFLなどの語学力は要求されませんが、授業理解や日常生活のために、最低限の英会話能力が必要となります。英会話を本校でマスターする制度もあります。

Fashion

ファッションデザイン専攻（３年制）
パターンモデリスト専攻（３年制）
２年速成デザイン・パターン専攻（２年制）
ファッション企画・プレス専攻（２年制）
スタイリスト専攻（２年制）
ストアプロデューサー専攻（２年制）
スタジオメイク専攻（２年制）
テクニカルメイク専攻（２年制）

Visual

グラフィックデザイン専攻（２年制）
フォトグラフィ（２年制）
ポップアート専攻（２年制）
マックアート専攻（２年制）
アニメデザイン専攻（２年制）
マックデザイン専攻（２年制）
コミックス専攻（２年制）

Interior

ショップインテリアデザイン専攻（２年制）
ディスプレイコーディネーター専攻（２年制）
住空間インテリア専攻（２年制）
フラワーコーディネーター専攻（２年制）

Life Market

雑貨スタイリング専攻（２年制）
雑貨ショップマネジメント専攻（２年制）
雑貨デザイン専攻（２年制）

GUIDANCE

バンタン昼間部入学相談会を開催！フランクなスタッフが不安や悩みにホンネでお答えします。対象は高校生以上です。

日時：2月13日（月）～2月28日（火）10:00～18:00
※（上記のお好きな日時で約1時間）但し日曜日は除く
場所：バンタン本館　　予約：フリーダイヤルにて

VANTAN DESIGN INSTITUTE **バンタンデザイン研究所**

'95入学案内書（無料）のご請求・お問い合わせはフリーダイヤルで
〒150 東京都渋谷区恵比寿南3-1-8-1DG　0120-03-4775

DESIGNERS' WORKSHOP

2

FEB.
1995
VOL. 12
NO. 74

【目次】
CONTENTS

【特集】HAPPY NEW DESIGN
いま気になるクリエイターたち

発行人…………大下敦
編集人・編集長……田中為芳
編集主幹…………椎名節
副編集長…………紫牟田伸子
編集スタッフ………長谷川直子＋柳沢春美＋荻野明子
写真撮影…………桜井ただひさ＋小池晃＋萩原宏美＋
スタジオMほか
発行…………株式会社美術出版社©
東京都千代田区神田神保町2-36
稲岡ビル6階 〒101
☎03-3234-0545・6［編集］
☎03-3234-2151［営業］
☎03-3234-0807［広告］
振替00150-9-166700
印刷・製本………凸版印刷株式会社
写真植字…………株式会社モリヤマ
凸版印刷株式会社［本文］
用紙…………ボンアイボリー・新王子製紙［表紙］
ピジョン書籍・本州製紙［本文81〜96頁］
OKロイヤルコート・新王子製紙［その他本文］
エコーカラー・日本製紙［本文色紙］
発行日…………平成7年2月5日
AD…………中垣信夫
デザイン…………中垣デザイン事務所
松田洋一＋三橋薫＋岡本健
ロゴタイプ………国東照幸
キャラクター………原田治
スタジオ…………スタジオM
表紙…………「パルコグランバザール'95冬」ポスターの一部
AD=米村浩 CD=泉屋政昭 P=上田義彦
目次…………池袋東武「プリーツプリーズ」ショップディスプレイ 1993 D=吉岡徳仁 撮影=ナカサアンド パートナーズ

【特集】

HAPPY NEW DESIGN

いま気になるクリエイターたち

■90年代の半分に到達した今年。あと五年で二十世紀も終了する。
政治も経済もどんどん分からなくなって、90年代が終わるころには、
「混迷」なんて言葉がくっつくんだろうか。
でもクリエイションにとっては、変動の時期ほど面白いことはない。
さまざまな価値観、さまざまなイメージのなかでつくりだされるから面白い。
■この特集では、デザインの各ジャンルから気になるクリエイターを選んでみた。
90年代前半に活躍し、今後も期待される人たちである。
90年代後半を迎えるにあたって、クリエイターたちに年初のエールを送りたい。

写真｜髙橋恭司
Photography —— Kyoji Takahashi

ファッション｜浜井弘治
Fashion —— Koji Hamai

広告｜米村浩
Advertisement —— Hiroshi Yonemura

家具｜秋山公男
Furniture —— Kimio Akiyama

舞台｜林巻子(劇団「ロマンチカ」)
Stage —— Makiko Hayashi (Romantica)

スペースデザイン｜吉岡徳仁
Space Design —— Tokujin Yoshioka

ファッション｜山下隆夫
Fashion —— Takao Yamashita

映像｜タケイ グッドマン
Video —— Goodman Takei

ゲーム｜田尻智
Game —— Satoshi Tajiri

イラストレーション｜山根茂樹
Illustration —— Shigeki Yamane

建築｜ウシダ・フィンドレイ・パートナーシップ
Architecture —— Ushida Findlay Partnership

Introduced here are creators from various fields from whom we can continue to expect the most: the spirited photographer KYOJI TAKAHASHI, well-known for his cover photographs for the magazine Marco polo; KOJI HAMAI who captures fashion from a unique viewpoint; KIMIO AKIYAMA who pursues the relationship between humans and furniture; MAKIKO HAYASHI, the creator of aesthetic stages; TOKUJIN YOSHIOKA, known for his work on Issey Miyake's unconventional displays; TAKAO YAMASHITA, the new star of the Paris collections; GOODMAN TAKEI whose broad activities can be seen on MTV and in variety program spots for popular musicians; SATOSHI TAJIRI, designer of popular game software; the illustrator SHIGEKI YAMANE who wagers his works on collaborations with art directors; and USHIDA FINDREY PARTNERSHIP, the creators of unconventional architecture.

Kyoji Takahashi

髙橋恭司
Kyoji Takahashi

【特集】
HAPPY NEW DESIGN

写真
Photography

JUST A PHOTOGRAPH

広告，作品…写真がどんどんジャンルわけされていく。
でももっと自由に，自分の方法で
写真を撮り続けている人もいる。
自由に活躍する写真家，髙橋恭司，写真への新しい接し方，
広告と写真，ビジネスと自分の間について。

「(ポートレートは)風景を撮るときといっしょだよ。何か、向こうからやってくるんだ。――きれいな光とか、音とか――すごく微妙な何かみたいなもの――うまく言えないけれど、そんなものないのかもしれないけれど。自分ではそれを信じているよ」。

「生活で写真時間が長い。ふだんも撮ってて、合間に仕事が入るっていう感じ」。

「いまは東京近郊、千葉とかの写真を撮っています。一日一枚くらい。続けてまとめたい。撮ってる時……いい感じ。見たことないなって思いながら。それがきれいで新鮮だから撮っていられるんだよね」。

「(影響を受けたのは)ロック。ビートルズとか、そのまわりのいろんなもの。あとコム デ ギャルソン」。

「九四年って変な年だったね」。

「〝JUST A PHOTOGRAPH〟っていうことが写真なんだと思う。みんな好きにやればいいけど、俺は写真に引っ張られているんだよね。ただの写真に」。

「広告はたのまれたら、撮っているよ。楽しんでやるようにしているよ」。

「写真でもメイプルソープの『フラワー』に写っているようなことがいえるなら、写真でいけるなって。それで決めた」。

「(作品を見て)明るい気分になったって? じゃあ、見せてよかった。どこに連れていかれても、自分は自分っていうこと。たとえばここから空が見えて、きれいだなって思ったら、そう思ったことが俺にとって重要なわけ。そういう時に撮ればいい」。

「〝ローリングストーン〟とかから成長するときに影響を受けてきた。そういうものを返していかなくちゃ。俺にとって写真は、返す方法なんだ。発表するってそういうことだよ」。

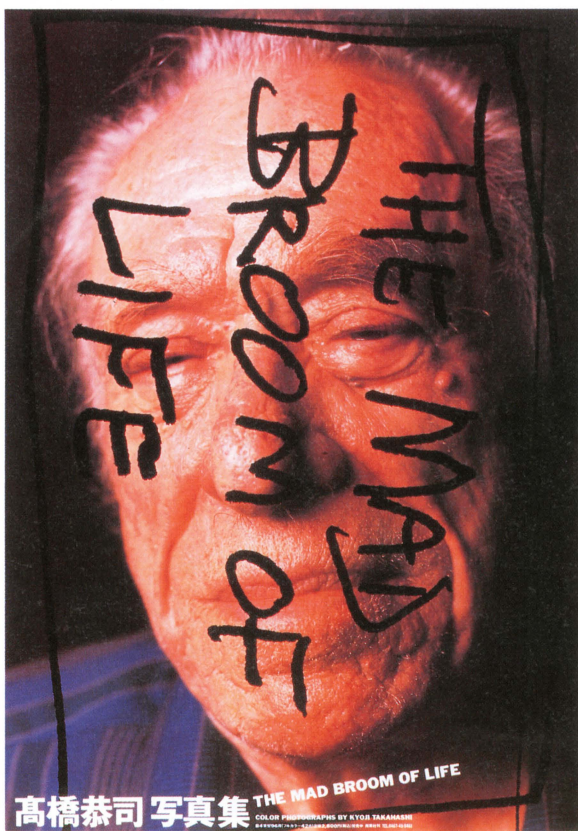
「デアトリフの8×10のカメラ、フィルムはコダックのVPL、引きのばし機はベセラーの8×10、モノクロ用にカラーフィルターをつけて使っている。プリント現像機はラッキーのCP―51、印画紙はコダックのスープラII。35ミリのカメラはライカM6」。

「作品をみて悲しくなっちゃいけないよね」。

⦿たかはしきょうじ――一九六〇年東京生。桑沢デザイン研究所卒。八九年ニューヨークにロバート・フランクを訪ねる。写真家になることを決心する。九四年パルコギャラリーにて「THE MAD BROOM OF LIFE」展、同名の写真集（用美社）を刊行。
連絡先＝東京都世田谷区深沢四―八―一四 ドゥエルタイヨー三〇二 〒一五八 ☎03-3701-4224

●髙橋恭司氏　撮影=石崎健太郎

●『マルコポーロ』の中ページ用に緒方拳氏撮影の現場風景。スタイリストやヘアメイクの人たちと意見を出しあいながら

●上──『マルコポーロ』(94年7月号から12月号)の表紙より　P=髙橋恭司　AD=石崎健太郎　1994
●下右─「THE MAD BLOOM OF LIFE」写真集用ポスターと写真集　P=髙橋恭司　AD=原耕一　1994
●下左─小沢健二キャンペーン用ポスター　P=髙橋恭司　AD=角田純一　1994
[6頁]
●未発表作品　P=髙橋恭司　1994
[7頁]
●吉川ひなの　『マルコポーロ』表紙用に撮影　P=髙橋恭司　AD=石崎健太郎　1994
[10、11頁]
●ブランキー ジェット シティー　CDジャケット用に撮影　P=髙橋恭司　AD=小野光司　1994

FATHER MOTHER

【特集】
HAPPY
NEW
DESIGN

ファッション

Fashion

浜井弘治

Koji Hamai

取材＝ナガオカケンメイ

ローファイな服をつくる

浜井弘治さんの服は，（現段階では）どこの百貨店でもブティックでも買うことができない。服が売られるのは，年に数回行なわれる彼の展覧会会場だ。その会場で，あるときは服が無数につるされ，あるときは床に置かれ，あるときはダンサーが服の中を駆け抜け，あるときは機械が騒音を立ててニット地を編む。その光景はまるでパフォーマンスもしくはインスタレーションだ。では彼は現代美術のアーティストなのだろうか？その問いに「いやファッションデザイナーです」と浜井さんは答える。そこで彼がやっているのは，「ファッション業界特有のカッコいいことを排除する」ことだ。都心にあるきれいなオフィス，大きな机，お決まりのファッションジャーナリズム……そんなものがファッションにとってどれほど必要なのか，を問いかけていく。

■14 1/2-4

300枚のシャツによるインスタレーション。タイトルの「14 1/2-4」とはアメリカのワイシャツのサイズ表示であり、このインスタレーションに使われたシャツのサイズ。オーソドックスな素材で日常生活の中で多用される色(オレンジ、赤、青、ショッキングピンク)4色の生地でつくられたワイシャツは、1枚1枚がハッカリング(ミシンによる布の引き攣れ)の技術でステッチワークが施されている。そのシャツはまるで人体の造形がなされているようで、シャツに生命と個性が与えられたようだ。会場ではハイビジョンモニターが置かれ、そこにも会場風景が映し出され、虚と実の空間が入り交じったような、演出が仕掛けられた[1993年6月-7月、ソミドホール(東京・銀座ソニービル8F)で開催]

撮影=麓悌秀[上]+桜井ただひさ[下と右頁]

撮影＝桜井ただひさ[上と下右]
+麓悌秀[下左]

■他殺以外で女が死ぬとき横向きになる
廃棄された服などのウールを細かく裁断し、綿状にしたもの(ハンモウと呼ばれる)を素材として、ポリエステル糸を使って、MA-1とリーバイス505の形の服をつくりインスタレーションしたもの。ハンモウはハンチカーペットやフェルト、不織布として再生利用率が高いが、それに対して、ポリエステルなどの化学繊維は使い古されて捨てられ、土に還ることもできず、燃やしても灰になることもない。「現代社会にとって真の意味でのウエス(あまりギレ)とは化学繊維である」という観点を提示した。ファッションがアートの一分野として、社会性をかんがみられずに、つくられ消費されるという現代の物質文明へのアンチテーゼを出発点とし、ウール素材をポリエステル糸でつくりあげる、という矛盾した行為を通して訴える。まるで映画かサスペンスドラマのようなこのタイトルは、自然死した女性の死体が、白骨となって土中から発見されるとき、統計的にもそのような状態で発見されることが多いということで選ばれた。このタイトルは、肉体と物質が滅んでから再生する、といった生命体のサイクルをこの言葉によって集約し、象徴させたもの[1994年3月、P3アート＆エンバイロンメント(東京・四ツ谷東長寺地下)で開催]

「カッコよさ」に対する疑問は、ある日突然浮上してきた。文化服飾学院の卒業を控え、就職活動をしている最中、ときは八〇年代中盤のDCブランド全盛期だ。

「あるブランドを受けにいったんですよね。で落ちて、よせばいいのに、そこの服を全身着込んで、また行ったんです。デザイン画、見て下さいって。そんなことをしているとき、ハタと気がついたんですよ。自分がいま着ているこの服は、コピーだなって。なにか〝ヨーロッパの映画〟みたいな服だけど、ヨーロッパではあり得ない服じゃないかなって。じゃあオリジナルといえる服ってなんだろう、って考え始めたんです」

オリジナリティを考え始めて、まず問題になるのが素材、そして素材がどのように生み出されていくのか、ということだった。そして浜井さんは、まず「ファッションの川上（繊維業界の源流）に登って行くこと」ことを目指した。最初に就職したのはファッションメーカーではなく、みやしん株式会社という「機屋（はたや）」だった。機屋というのは自動織機で生地を織る工程の工場。初めにやった仕事は、始業時に工場中の機械に油を差して廻る「油差し」だった。

現場にじかに入り込んでいけば、その本質はおのずと見えてくるに違いない。工場では、ただメーカーのデザイン室で手に取るサンプルの中では見えないものが見えてくる。素材だけでない。素材一

■工場見学——残糸

服が製造される段階で生み出される余りの糸「残糸」。残糸を使い会場内に設置した丸編みの機械でニット地を編み、それらを服として再生させたものを中心にしたインスタレーション。ファッションとは、第二次産業である繊維産業の一側面にほかならない。しかしその一側面は肥大化し、その肥大化した表層の部分のみが世間に喧伝されている。このインスタレーションでは、工場を疑似体験することを通してファッションの本質を知らしめるためのもの。「工場見学」という純日本産的なタイトルは、「いまだに意識の中で、西洋文明だけに向いている古臭さ」からの脱出を計るためのもの[1994年6月、ソミドホールで開催]

撮影=桜井ただひさ[上]+吉永祐之[下]

個に対するその工場独自の方法論が見えてくる。二年余りを工場で過ごし、その間、装苑賞を受賞し、その審査員が三宅一生氏だったという縁もあり、三宅デザイン事務所に入社する。

「もし最初から単純にデザイナーの道を歩んでいたら、三年か五年働いて陥りがちなところに陥って、パリにいって何年か遊んで帰ってきて、また同じような仕事について、少し勉強したような気になって……みたいな。でも三宅デザイン事務所で、パリコレに行かせてもらって分かったんですけど、パリのセンスなんて一生かかっても身につかない。フランスに何十年も住んで、フランス人として何かをつくることはできるかも知れないけど……。それほど深いものなんですよね。なら、日本に座ってやろう、八王子の工場の人と、もう一度話してみようって」

昨年の六月、銀座のソニービル内・ソミドで行なった「工場見学」は銀座の真ん中に十日間だけミニ工場をつくるというもの。この展覧会で使われた重要なモティーフが「残糸」だ。「残糸」というのは、先染めのシャツなどをつくった時に出てしまう余分な糸、通常は廃棄されるそれらの糸を機械に掛けニット地を編んでいく。残り物扱いされ、ゴミとされる残糸だが、別に不良品でも何でもない、元来は立派な糸。ゴミという扱いは勝手に人間が決めたものだ。

それらの残糸を、八王子にある工場か

●三鷹にある自宅兼アトリエで。「仕事場が都心にある必要なんて、全然ないですね」という浜井さん。窓からは広々とした空が広がる

ら編み機を会場に運び込み、セットし、その場で編んでいった。機械に不定規格のものを集めるから、同じ太さの糸でも機械の調子が変わり横段ができるが、手ざわりなどになんら問題はない。百貨店の市場には受け入れられないが、もし横段が気に入れば、それはデザインになりうる。会場で、協力してくれた編み物業者コイケ産業の若いオーナー、小池昇さんと二人で説明しながら売っていった。

「業者さんやさらに下請けさん、みんな無理やり巻き込んでやったんですけど、ファッションって決して一人ではできないんです。この時は、そういった背景まで、ちゃんと説明して売ることができた。上は七十代、下は十代位の人まで買ってもらえて驚きましたね」。

いちばん最近の「バクテリア」の展覧会では、天然藍にこだわり続ける藍染めの村田徳行氏とのコラボレーションで、二つのものを比較対照して新しい価値を見出す試みを行なった。

天然藍は三パーセントの色素と九十七パーセントの不純物からなる。この不純物は藍の色に深みを与えるだけでなく、虫よけや毒へびよけの効用を持っている。そこで野良着として重宝され、江戸時代にはその強度と耐火性から、火消の法被として使われてきた。その「藍染め」と新素材でつくった「ステンレスのシャツ」を対比させた。「ステンレスのシャツ」は、鈴寅という会社で新素材を開発している鈴木政幸氏が編み出した、ステンレスを分子蒸着させるスパッタリングという技術による生地によるシャツ。この技術は、分子レヴェルで生地にステンレスを結合させるもの。生地の風合いを損なわず、紫外線をカットし、赤外線を吸収する、太陽の中で着ていると体が暖まる、コンピュータの電磁波をカットする等の効用があり、抗菌性も備えている。

「鈴木さんはもともとホーキングとか宇宙の話とか好きな人で、スパッタリングというのは、要は真空システムと半導体システムからできた技術なんですよね。鈴寅さんて五十位の特許を取っている会社、鈴木さんみたいな人がデザイナーになったら、すごいハードの蓄積があって、太刀打ちできないんじゃないかなって」。

偏執的なまでの疑り深さで、服のでき上がる根源へと迫り、その有様について考える。ショップや百貨店で服を販売せず、展覧会形式の発表や販売という変則的な方法をとっているのもそのせいだ。ファッションをめぐる、現在あるシステム、百貨店、メーカー、製造業者の間の力関係、毎年、二回ずつコレクションを発表させられている状況……これらのものを慣習としてすませられない。モノが生まれる環境から掘り起こすなら、それが消費される（売られる）環境も考えていかねばならない。文字通り「ファッション＝流行」ではすませられない。

「ぼくはなるべく自分の足で動くようにしている。ファッションって何だろうと思って。音楽やインテリアをファッションだという人もいますが、ファッションって、つまりは人間の欲望を形づくるものだと思うんです。もしかしたら現代美術もステージパフォーマンスも同じような行為かも知れない。でもファッションデザイナーはそういう分野の人より、もっと食べることに貪欲で、本音に向かってやっていける気がするんですね。ものをつくるにしてもデザインにしても、つくって消費しなければ、と思ってる。だって、つくりっぱなしだと、工場の人にエライ迷惑かけるから」。

写真で紹介する「14 1/2−4」の展覧会で、インスタレーションされたシャツは、浜井さん自身の手で縫製されている。そのシャツは、左右の形はゆがみ、縫い目は曲がり、糸は切りっぱなしだ。しかし、一枚として同じシャツはない。「これで商品なのか」という人もいるだろうが、シャツの山の中から、一枚、そして一枚と見ていく程にそのヴァリエーションを楽しめて、自分の一枚を選ぶのに、思わず熱中してしまう。そうして選ばれたシャツには、特別な愛着が生まれるはずだ。たった一枚きりの、自分が選び抜いたシャツなのだから。

［編集部］

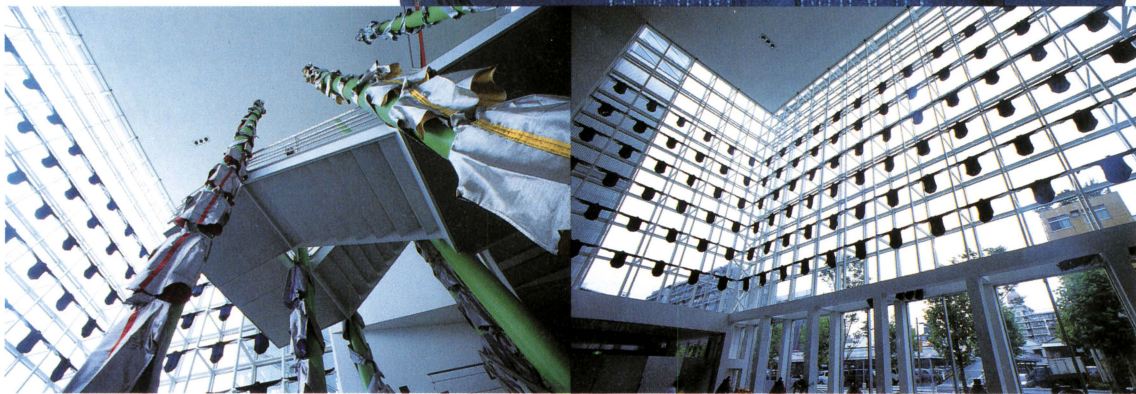
●はまいこうじ――一九六四年山口県下関市生。八五年文化服装学院アパレルデザイン科卒業後、みやしん株式会社入社。八七年三宅デザイン事務所入社。九一年同退社。パパ・タラフマラのロンドン公演コスチュームデザインを担当。以降、スペースデザイン、テキスタイル等幅広く活躍
連絡先＝東京都世田谷区三軒茶屋二-五五-八パレグレイス三〇三 浜井ファクトリー 〒一五四 ☎03-5486-3827

■「バクテリアのシャツ」と「ステンレスのシャツ」

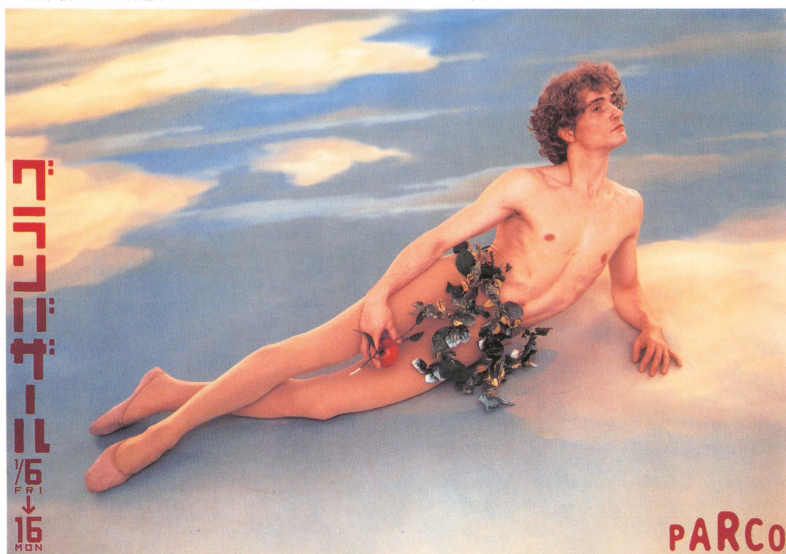
藍染めのシャツ150枚とステンレスのシャツ100枚によるインスタレーション。繊維産地である青梅で江戸時代からの製法の天然藍で、藍の青色の果たしている意味を重視し、自然と調和したものづくりをする村田徳行氏とのコラボレーションで生まれた藍染めのシャツが使われた。藍染めのシャツが太陽の下の生活着だとしたら、ステンレスをスパッタリング(ステンレスを布に蒸着させる技法。本文参照)加工したシルヴァーのシャツは都市に溶け込み無機的な素材。これら相反する二つの素材から生まれたシャツを、アトリウムというひとつの空間内で表現することが、未来の都市において共存する自然な風景であるといえる[1994年10月-11月、YKK R&Dセンター(東京・両国)で開催]

撮影=桜井ただひさ[上]+麓悌秀[下2点]

*浜井さんの次回展覧会は「ガチャマン」というタイトルで、5月19日から6月14日(木曜日休館)まで、フジタヴァンテ(東京都渋谷区千駄ヶ谷4-6-15 ☎03-3796-2486)で開催の予定

米村浩

Hiroshi Yonemura

落とし穴の策略

●見開き2点——パルコグランバザール'95冬「アダムとイブ」ポスター　B倍　AD=米村浩　CD=泉屋政昭　C=今泉晶子　D=金子敦　A=北村道子　P=上田義彦　モデルは、レニングラードバレエ団のダンサーだそうだ

昨年「パルコグランバザール」のポスターで，4度目のADC賞に輝いた，博報堂のアートディレクター米村浩さん。いまもっとも注目されるADのひとりである。
あえてひとつのスタイルにこだわらず，かっこいいけれど，どこかゆとりをもつ彼の広告表現。いたずらっ子が，あれこれいたずらを考え出すような感覚だから，はめた自分もはまった相手もハッピーになれる。米村さんは，そんなおおらかさを持つ広告のつくり手だ。

九〇年代前半の競馬ブームの火つけ役は、東京シティ競馬の意表をつく一連の広告ではなかったかと思う。ヘヴィーな雰囲気のものから、お笑い感覚のもの、軽いイラストのタッチが印象的なものなど、表現のヴァリエーションにとんだシリーズである。

「競馬シリーズはすごくたくさんつくったんですが、あのときはできるだけたくさんのアイディアをできるだけ実現する

というような感じでやっていたんです」。

採石場に馬の形をした大きな穴を掘ったポスター「毎日が大穴だ」で、九〇年にADC賞を初受賞。その後、九一、九三、九四年と連続して受賞している。米村浩さんは九〇年代前半にもっとも活躍したアートディレクターの一人である。

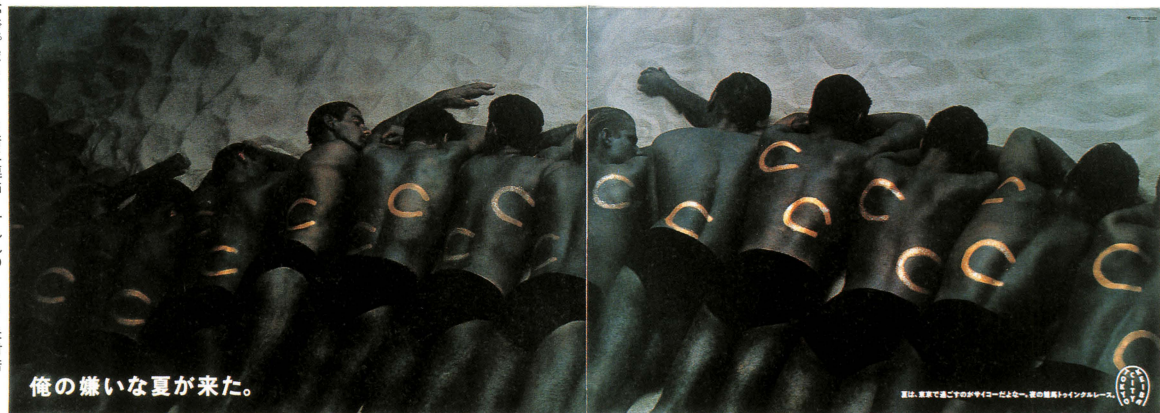
博報堂に入社して九年目。以来、クリエイティヴディレクター泉屋政昭氏のもとで仕事をしてきた。

「(泉屋さんは)いろいろな価値観をもっている人です。大学時代、自分の価値観を見極めたような気でいましたが、まだまだ価値観が固まっていないということを教えられましたね。なんでも一回白紙に戻して考えろ、と」。

米村さんの広告のつくりかたは、基本的にコラボレーションである。アイディアを山ほど出し、より優れたものを取り入れ、変化させながら、どんどんクオリティを上げていく。最終的にワンイメージ、ワンアイディアでも、練られているから深みがある。

「やりかたは人それぞれだと思うんですけれど、頭のなかに描いているイメージに向かって、それ以外は排除して、狙い通りのものをつくるという人も大勢いますよね。でも、ぼくはわりと泉屋さんやカメラマンやスタイリストなど、まわりの意見を聞いて、そういう意見もあるなと思ったりするんです。自分が思っている以上のアイディアや方向性を示してく

●上――特別区競馬組合（TOKYO CITY KEIBA）「大晦日が大穴だ。」ポスター　B倍二連貼　一九九〇　AD＝米村浩
CD＝泉屋政昭　D＝千葉宴　C＝植村潤吉＋小霜和也　P＝敏春

●下――特別区競馬組合（TOKYO CITY KEIBA）「俺の嫌いな夏が来た。」ポスター　B倍二連貼　一九九二　AD＝米村浩
CD＝泉屋政昭　D＝馬場直樹　P＝藤井保　C＝植村潤吉＋小霜和也

れる人が多いので、自分が思っていたものより面白い、と判断すれば、そっちの方向性へいく。そういうやりかたをとっているんです」

柔軟なのである。

「悪くいえば節操がない（笑）。このやりかたに自信をもっているわけではないんですけれど、自分が面白いと思うものに対する興味がつねにあって、その場でなにがいちばん面白いのかを見極めていくわけです。つくっていく過程のなかで、一段高い階段があれば、そちらを上ってみようと思うということですね。結果的に、ぼくが思っていた以上のものがでてくるときの感覚が楽しい。まあ大学のときの友人たちにいわせると、学生時代の作品とあまり変わっていないとかいわれて、じゃあ、いまの努力はなんなんだ、と思うけどね。そういう匂いみたいなものって、でてしまうんですね」

方向性が決まるまでは、かなりの粘り腰だそうだ。仲條正義氏に頼んだパルコのロゴにしても、何度もアイディアを出しあったという。しかしいったん方向性が決まったら、でき上がるまでの過程は早い。ギリギリのスケジュールにも動じず、結果をいい方向に持っていくには、周りの環境を取り込む、度量の大きさが必要であるに違いない。

――いままでの仕事のなかで印象に残っているものはなんですか。

「いつも大変なんで、どれも同じくらい印象深いんです。でも強いてあげるなら、大穴と金魚（パルコ）。大穴をつくったときは、がむしゃらだったんですけど、思ってもみなかった社外的な評価を初めて受けた。穴蔵みたいなところで一生懸命つくるだけかと思っていたのですが、こういう評価のされかたもあるんだ、ということで印象に残っているんです。

金魚のほうは、仕上がりのクオリティに関して、比較的やりのこし感がなかったんです。いつももう少しあすればよかった、というところがあるんですけど……。それに、いままで、いいか悪いかや自分の好き嫌いを越えたところで、いろいろな可能性を探るためにアイディアを出すということを何年間か続けていたんですけれど、金魚はけっこう自分の好きな世界の中で答がでたんです。結果としてＡＤＣ賞をもらったのですが、撮影を終わって上田（義彦）さんからポジをもらったとき、この写真を撮れただけで、すごく満足、すごくよかったという気持ちになった。それが評価されたということは、ある意味では、ほっとしましたね」

パルコを始めとするグラフィックが目につく米村さんだが、最近実際には、ＣＦ制作に取られる時間のほうが多いという。昨年は、「ファミリア」「氷点貯蔵」「ＷＯＷＯＷ」などを手がけている。

――なぜＣＦ中心になったのですか？

「博報堂の全体の仕事がそうなっているんだと思います。クライアントが速効性

●上2点——パルコグランバザール'93夏　ポスター　B倍　AD=米村浩　CD=泉屋政昭　D=石井寛　C=武内寛雄　P=上田義彦　A=北村道子　タイポグラフィ=仲條正義+米村浩

をすごく重視していて、目先のものが売れないとその先の話はできない、という状況なんです。そうするとCF使って、パンと撮ってパンと見せるみたいなものが多くて、昔みたいに車内吊りで一年やりましょう、というようなスパンで考えられるような仕事が少なくなったんです。新聞とか駅貼りよりもTVコマーシャルだったり、ビルボードだったりというほうが生活しているスピード感に近いのではないでしょうか。ビルボードやって下さいという仕事はなかなか少ないですけど」。

――CFとグラフィックをつくるときの意識の差はありますか?

「ないですね。結局エネルギーの原動力はなにかというと、男の子が、落とし穴を掘って、近所のおじさんが落っこちるのを隠れてみていて笑っちゃう、というような、男の子のいたずら心みたいなところがあると思うんです。根本的には、自分の考えた悪だくみをはりめぐらして、それに人がひっかかるのをみて喜ぶ、っていう感じに近い。

だから、広告という仕事をやっているわけで、グラフィックデザインという純粋なところではないかもしれません。その差はちょっと大きいかな。やはり戦略というか――ぼくの頭の中では策略に近いんですけど――世の中に対するいたずら心かな。

で、どうせつくる落とし穴はよいものであったほうがいい。そこが作品のクオリティの部分になっているんですね」。

九〇年代後半はどうなっていくでしょうね、と尋ねると「すぐ先は無色透明。だから面白いのではないですか」という答が返ってきた。気張らず、ふっと心に入り込んでくるような広告。その抜け具合がいい。米村さんの策略には、はまっ

●上――パルコグランバザールのTVコマーシャル。右から、'93夏「金魚篇」、'94冬「雪に鶴篇」、'95冬「林檎篇」 PL=米村浩 FD=中島信也 CD=泉屋政昭 C=武内寛雄 CA=上田義彦 プロダクション=東北新社

●下――第一生命保険相互会社サンクス＆キーパーキャンペーンのTVコマーシャル「シンデレラ城篇」 PL=津村正史+米村浩+岡田知之 FD=山内建司 CD=泉屋政昭 C=今泉晶子 CA=岡田次雄 プロダクション=鉄人倶楽部

●右下――サントリー氷点貯蔵〈生〉「登場篇」 PL+C=米村浩+福井晋 PL+CD+C=泉屋政昭 PL+FD=黒田秀樹 C=小西利行 CA=上杉義雄 プロダクション=鉄人倶楽部

●上2点——レディ・コング新聞広告15段　1992　AD+D=米村浩+福井晋　CD=泉屋政昭　コピーディレクター=蟹瀬令子　D=馬場直樹　C=小霜和也

ても気持ちがいい。悪意も挑戦的なところもないからだ。そんな私たちを米村さんは、どこかの陰から覗き見ているのだろうか。それとも次のアイディアをもうまとめ始めているだろうか。

［編集部］

●生田の黒澤スタジオにて、ファミリアの新聞広告の撮影に立ち会う米村さん　撮影=萩原宏美

⦿よねむらひろし——一九六三年金沢市生。八五年金沢美術工芸大学卒。同年博報堂入社。主なクライアントに、サントリー、第一生命、パルコ、特別区競馬組合、マツダ、日本衛星放送など。主な受賞に九〇年、九一年、九三年、九四年東京ADC賞受賞、九一年ニューヨークADC賞など。
連絡先=東京都千代田区丸の内二—七—三　東京ビル　博報堂第二制作局　〒一〇〇　☎03-3240-8212

秋山公男
Kimio Akiyama

人といっしょに変化する家具

文＝青井裕子
Text by Yuko Aoi

"落書きできる椅子"。なんてファンタジックな発想だろう。

「子供用の紙の椅子は、落書き帖と思ってもらっていい。汚してボロボロになったらパーツを取り替えられるし、押し入れの片隅にしまい込んであったものを五年、十年後にその子が見付けた時に、自分はこんなことをしてたのか、と幼い頃の記憶が蘇ればいい。それは柱の傷と同じようなもの」。

そも椅子とは何ぞや？　その材料や加工技術や構造に幾多のヴァリエーションがあるといえども、とどのつまりは人間の体重を支える道具である。そして、「椅子に与えられたもうひとつの機能は"インティマシィ（親密さ）"」と語るのは、家具デザイナー秋山公男。椅子という実用の道具と、それを使う人との間に、ある"親密さ"が生れ育っていって欲しいと願う。ひと時代前によく見受けられた、アーティストによる機能するオブジェや、ラディカリストによるイデオロギーを表出させた家具とは対極の家具づくりに取り組む。仕上げの精度に均質性を保つプロダクト家具には望めない、作家の"手の跡"や温もり、そして何より、創作過程における"思考の跡"が伝わってくる真面目な家具をつくる人である。

家具デザイナーとして活動を始めたのは四年前。三十三歳の時であるから、遅いスタートといえよう。高校時代、水俣病の報道で都市工学という学問を知り、漠然と都市工学という名前に憧れて武蔵野美術大学建築学科へ。「在学当時まわりの影響もあって、住宅に興味を持ち始めました。卒業を控え、憧れから現実へと建築を考えたとき、ほかの学生の作品を見ると、建築は自分の手に負えないなと。それで折りにふれて見る機会があった家具が目の前にあったんです。技術を学べば自分の手でつくることもできそうだし、だめだったら壊せばいい。とにかく手の中で考えることがしたくなったんです。入学した当初を思うとかなりのスケールダウンです」。四年生の秋に倉俣史朗氏を訪ねた。「家具は狭い分野だから、どうしてもやりたいなら逆にちょっと遠回りしてもいいじゃないか。いろんな分野を経験して、また家具をやりたくなったら戻って来ればいい。ただし戻る時を自分できちっと決めておかないと、そのままどこかへ行っちゃうよ」。そのとき言われた言葉が、当時はどういう意味か良く分からなかったが、いまも頭の片隅に残っているという。

たまたま新聞広告で知った生け花の雑誌の編集の仕事に従事。生け花を通して、つくるということが少しずつ身近に感じられるようになってきたとき、ひとつのバー・テーブルとの衝撃的な出会いがあった。作者は若林奮（いさむ）氏。奇しくも大学時代に彫塑を学んだ恩師であった。

「家具の多くは、その時代の建築様式や

撮影＝桜井ただひさ

あらゆる面で表層の差異のみが大きくクローズアップされた80年代。建築や建築空間に含まれる家具デザインは，その時代の意匠を端的に表わす存在だが，では90年代を表わす意匠とは，いったいどんな表情をしているのだろうか。ここで紹介する秋山公男氏はその家具の中に"親密さ"というメッセージを秘める。

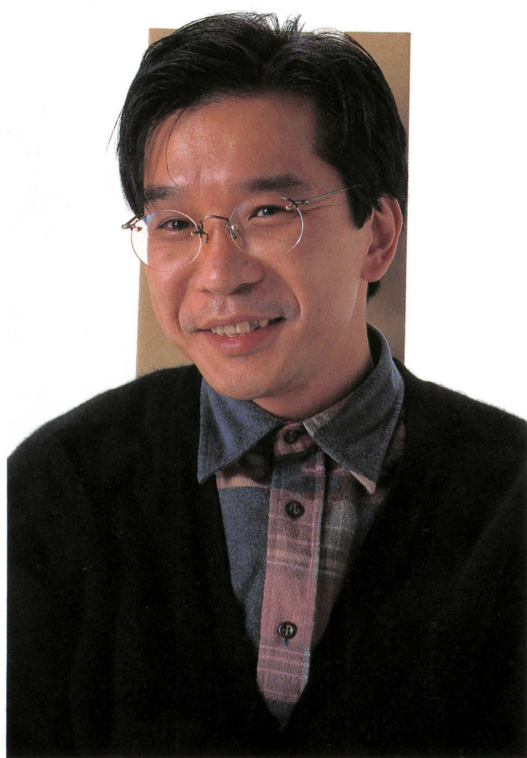
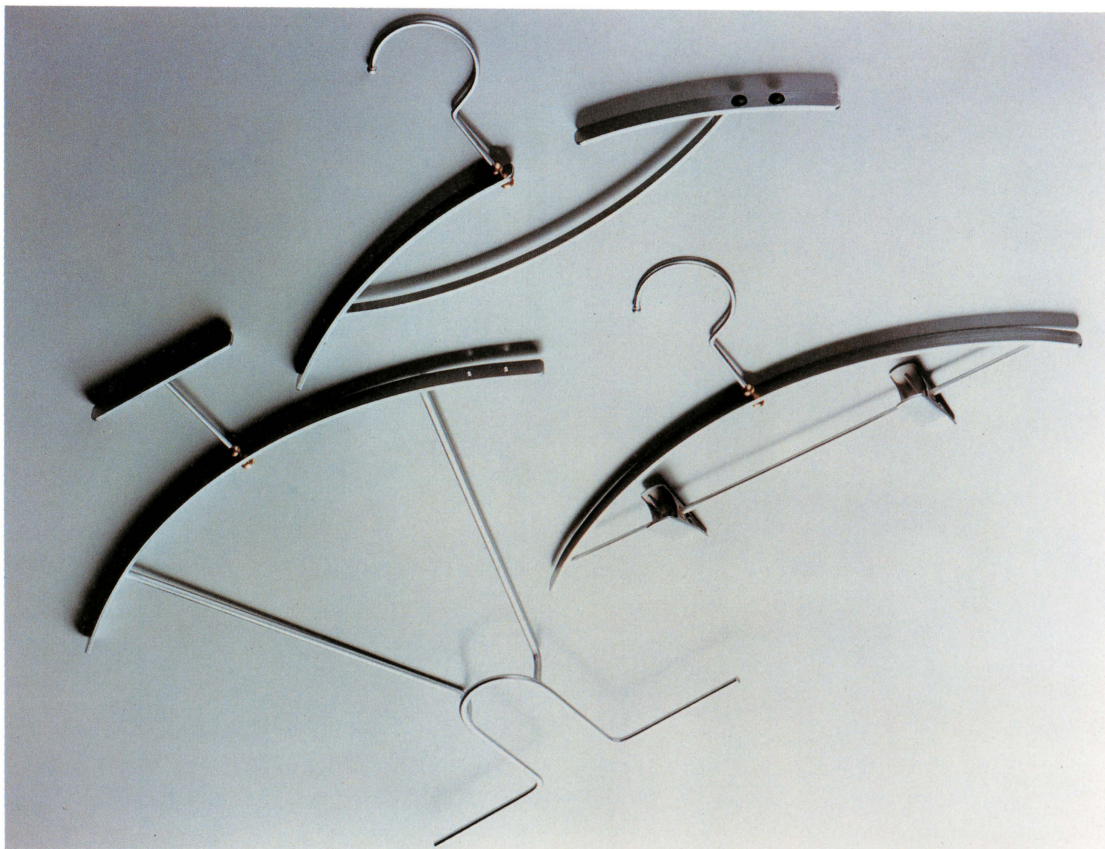
日常生活のなかで、使うという機能から形づくられていたと思うのですが、先生の作品は見て美しいとか、使って便利といった印象をすべて消し去っていました。テーブルであって、テーブルでない……。その距離にものすごい存在感を感じました。この時がたぶんターニングポイントでした」。

一から家具を学ぶつもりなら外国に行って生活環境のまったく違うところで勉強するのもいいのではないかと思い、ロンドンのロイヤル・カレッジ・オブ・アート（RCA）留学を決心。

志望動機は「工芸学校というか職人さんと共につくる学校らしく、カリキュラムの自由度が高そうで、やりたいことは素材のいかんを問わず自由にやっていいというものだったから」。応募にあたって制作したポートフォリオはひとつの家具をつくるまでの思考の軌跡をまとめたもので、秋山の家具に対する一貫した考え方が、すでにここで提示されている。実

●24頁から27頁で紹介しているのは、基本的に同じ材料と構造である　[上段]手で簡単にゆるめられるナットをはずして、両サイドどちらかの支柱をはずすと、簡単にノックダウンでき、完璧にフラットになる　[中段][上]の状態から同じ要領で支柱をはずし、背面を裏表をかえるように一回転させると、リクライニングから、通常の椅子の状態になる。もちろん大人が座っても大丈夫。テレビ観賞などにぴったりの姿勢だ　[下段]背面に長い部材を使用したタイプをリクライニングしていない状態。背面にストッパーがついており、シャフトを入れかえることなく簡単に組み立てられる
●前頁―子供用のもっとも小さなタイプ。紙製なので落書も思う存分できる。ちなみに写真のモデルは秋山氏の長女三花ちゃん、本誌の秘蔵っ子[お]、そして本誌ADの中垣信夫氏
*この見開きの撮影＝桜井ただひさ

作でないとはいえ、まぎれもなく氏の家具第一作といえよう。
「小原流の佃季尾子先生が蓮をテーマに個展をされるというのでお手伝いをしたとき、千年、二千年の年月、土の中に埋もれていた蓮の実が芽吹いたという話を読んだり、蓮が自生しているところへ連れていってもらったりしているうちに、自分も蓮にのめり込みまして。ポートフォリオには蓮の生態を引用して、重ねたり、分解して変化するテーブルトップのプランをまとめました」。
工房設備も整っており、またあらゆる素材に対応すべく、家具工房の木工・金工職人で分からないことはガラス・陶器・工業デザインなど他の学科の工房の職人に教えてもらえるという恵まれた環境だったようだ。基本的には自分でつくり、どうしても手に負えない箇所は職人に頼んでやってもらうというここでのやり方は、日本に帰ってからも変わらない。卒業制作のコーヒーテーブルは、優秀な作品に与えられるレンソール賞を受け、スチールパイプの椅子は副学長のコレクションとなった。
秋山の作品には、第一作〝蓮〟のプロジェクト以来〝変容する家具〟が多い。昨年、折り畳み式の再生紙管の椅子をつ

●上――紙管は輸出用梱包に使われている既製品。八十キロ位の荷重に耐え、補強シャフトを加えることで、増強することができる。ノックダウン等も一切、器具を使わずに行なえる
●左――秋山公男氏。現在つくっている家具はすべて手づくりだが、「チャンスがあれば、量産につなげたい」という

●東京・代官山のブティック「スレッズ」のために制作したハンガー。スチール製　一九九一

●上と同じく「スレッズ」のためにデザインした椅子「K.2a」。スチール製　一九九一　撮影=松尾幹生[上下とも]

くった。分解できて完璧にフラットにでき、シャフトを長い物に入れてジョイントすればベンチになる。また、上部にも穴が空いており、背もたれをひっくり返すと寝椅子になる。「そもそも、野外コンサートのために一週間だけ置くベンチのデザイン依頼があった。紙なら焼却できるし、コンサートを聴きに来た人にあげてもいい。しかしエコロジー的な問題が一義ではない。紙の持つ軽い味わいで、一時的な家具をつくってみたかった。一時的だから子どもが落書きしたり、汚れてボロボロになっても気にしない。気楽な気分で使うことで木の家具とは違ったインティマシィが感じられるのではと思った。そんな考えをまとめるきっかけを与えてくれた〝布〟の須藤玲子さんには感謝しています」。

以前から、「家具に傷を付けてもいいんじゃないか、ボロボロにしてもいい」と思っていた。こうした考え方の試作にRCA在学中の作品で、天板がチェリーウッドのコーヒーテーブルがある。「たとえば、彫刻刀を側に置いてピーナツでも食べながら一杯飲みつつ、天板を彫っていく。自分の気に入った形になったらやめて、ガタッといかないようにガラスのテーブルトップを置く。何年か経ってこの形が……と思い立ったら、またちょっと彫る。一枚の板で自分の形ができなければ新しい天板を買って付け替え、また彫り進んでいく。形なんかどうでもいい、行為がおもしろければいい」。他の作品も椅子の座面やテーブルの天板を替えられるよう配慮したものが多い。「自分のつくったイメージに使う人のイメージが増幅されるような家具をつくりたい」と願う。

今日も弁当を持って、多摩川上流の土手の上にある尾藤製作所を訪ねる。尾藤哲生氏は、帰国以来の信頼するコラボレーターだ。制作の全過程において相談に乗ってもらい、また溶接など特殊な技術が必要な箇所はお願いする。「一年にひとつはオリジナル作品をつくり続けていきたい」。アイディアを熟成させ、手を使ってじっくり考える。現在、次作のコンセプトを煮詰めているという。また今年も一作増えそうだ。

⊙あきやまきみお――一九五七年東京生。八一年武蔵野美術大学建築学科卒業。その後、華道小原流の機関誌の編集に携わり、八七年ロイヤル・カレッジ・オブ・アート家具学部修士課程入学。八九年同校卒業。九二年より戸板女子短期大学非常勤講師。家具デザイナー。
連絡先＝東京都中央区佃二-一-二-二〇七 〒一〇四 ☎03-3532-2624

●テキスタイルメーカーの「布」の研究施設（群馬県桐生）のために制作したミーティングテーブル。アルミ製 一九九三

●上のテーブルと合わせてつくられた椅子「K.4a」。アルミ製 一九九三 撮影＝ナカサ アンド パートナーズ［上下とも］

【特集】
HAPPY
NEW
DESIGN

舞台

Stage

林巻子

Makiko Hayashi

［劇団「ロマンチカ」Romantica］

見えないものの真実の美

カリギュラ

●東京芸術劇場開館記念公演「カリギュラ」（一九九〇年十二月　東京芸術劇場小ホールII）　上が宣伝美術に使用されたイメージ、下が舞台。額縁舞台を生かした書き割りと階段、全体の色調はサイケ調で、残酷と浪費で知られるローマ皇帝「カリギュラ」の歪んだ世界を表現　撮影＝萩原美寛（以下◆印）

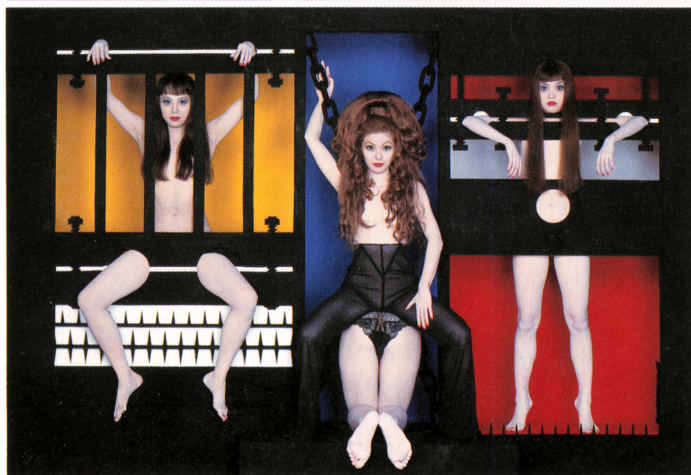
1986年女子美術大学演劇部を母体として生まれた劇団「ロマンチカ」。妖しく美しい独特の舞台で知られる劇団である。視覚から得られる美の感情を最大限に揺り動かし，日常生活のなかで置き忘れられていく，ものの本来のあるべき姿をあらわにさせる，彼女たちの舞台。
その宣伝美術から舞台美術まで，イメージから空間までを手がけるのが，演出家の林巻子さん。美の真実を追求するロマンチカのデザインの手法を探る。

奇蹟御殿

●「奇蹟御殿」(1991年9月　シブヤ西武シードホール)
ジャン・ジュネの描く悪の巣窟。小さな箱にさまざまなシーンが展開する重層的な構成。上がイメージで、下が舞台◆

「ロマンチカ」という劇団名は、演出家林巻子さんがかつて読んだ、画家ハンス・ベルメールの著作のなかの言葉からとったものだという。ロマンチカという言葉のもつニュアンスやベルメールというエロティックで幻想的な画家の作風を思い起こすと、劇団のイメージの一端は伝えられるのではないかと思う。

「学生のころ、演劇はもっと視覚的に充

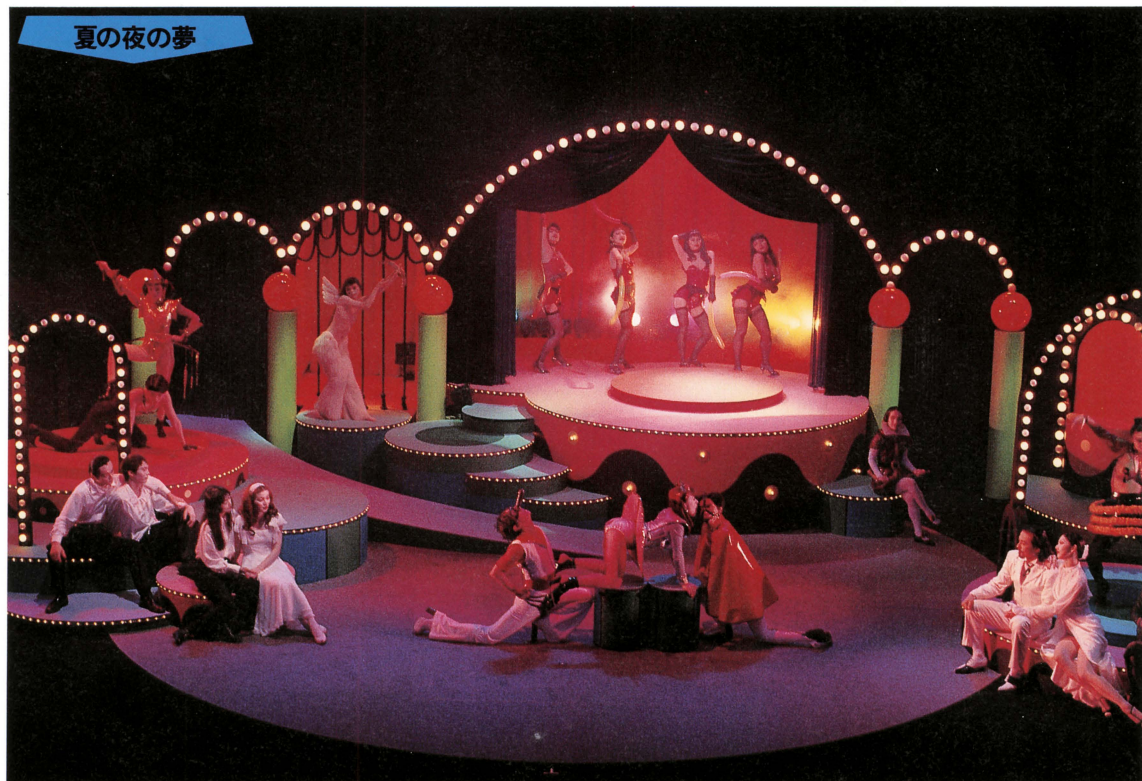
エルゼベエト・バートリ

実していてよいのではないか、と感じていました。その頃全盛だった演劇は、テキストやライヴ感に偏りすぎているように思っていました。演劇が視覚芸術である以上、役者の身体性の問題や照明や衣装、美術といった視覚的なものがもつ効果はあなどれないものです。もっと〝見える〟という効果を生かした演劇をつくりたかったのです」。

見て美しい演劇へ――ロマンチカの徹底して耽美的な舞台は、女性だけの劇団という評判ともあいまって、徐々に演劇シーンに大きな地位を占めるようになっていく。女性だけが演ずることで、不思議なニュアンスの世界が広がる。だがこれは「戦略的なものではなくって、女子美の演劇部が母体だからなんです。別に宣伝したわけでもないし(笑)」。昨年十二月に上演したギリシア悲劇「メデイア」(十二月五―十一日)では、男優を客演に呼び、目指すは、「日常的なジェンダーの役割を越えた色気があるような舞台」であるという。

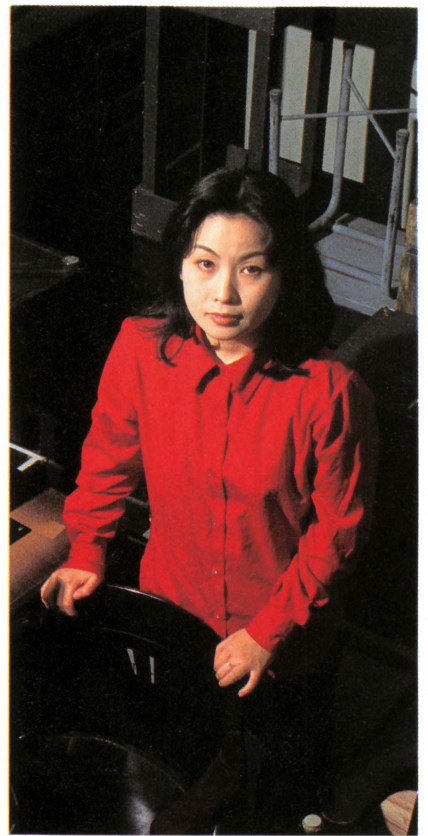
どの公演にも、「演出・美術＝林巻子」とクレジットされているように、林さんにとって、演出とはすなわち美術をつくりだすことにほかならない。

「奇跡御殿(一九九一)のころまでは、絵画を描くように、目の前に浮かんだシーンから組み立てていました。想像のなかのサムネイルのようなもののなかに、どこまで生身の人間を押し込んでいけるかという作業をしていました。いまはもう少し幅を広げようと、自分の発想だけによるのではなく、さまざまなコラボレーションや即興から生まれるものを楽しんでいますが」。

テキストからまずヴィジュアルをイメージする。ポスターやチラシの宣伝美術用のヴィジュアルは、まさに、テキストを読んだときに浮かんだイメージの視覚化である、と彼女はいう。さらにスケッチや粘土などで、舞台のイメージを固め、

夏の夜の夢

●前頁——「エルゼベエト・バートリ」(1992年12月　東京芸術劇場小ホールＩ）　劇場の高さを生かし、人物を釣り下げたり、這い上がったりという、垂直的な身体表現を取り入れた舞台。600人以上の娘たちを殺したという16世紀の実在の人物をテーマにしている。上が舞台、下がイメージ◆
●上2点——「夏の夜の夢」(1993年6月　パナソニック・グローブ座）　おなじみシェイクスピアの原作をナイトクラブ風の舞台で表現。上が舞台、下がイメージ　撮影=落合星文[舞台]+◆

●右上——演出家の林巻子さん。東麻布の稽古場にて　撮影＝桜井ただひさ
●見開き—「メデイア」(1994年12月　シブヤ西武のシードホール)　上がイメージ、下が舞台。真っ白な舞台に、メデイア(写真下中央)の黒が映える。コロス(周りの女たち)も舞台装置の一部のつもりだという◆

⊙はやしまきこ——1964年東京生。86年女子美術大学産業デザイン科卒。同年劇団ロマンチカを旗揚げ、以来1年に2回のペースで公演を行なう。主な作品に「カリギュラ」「奇蹟御殿」「エルゼベエト・バートリ」「夏の夜の夢」など。オレステイア三部作にむけて、ギリシア悲劇リシーズの上演をここ数年の目標としている。
連絡先＝東京都目黒区柿の木坂1-10-14-5-6　〒152　☎03-3724-7146

それを見ながら、実際に稽古場で役者を立たせ、動いてもらい、舞台美術とともに、内容を練り上げていく。

「立つ位置やポーズひとつで、登場人物の人間関係や心理的葛藤など、実際はみえないはずのものをわからせていく。役者と舞台美術の位置関係をすごく大事につくっています」

役者を立たせて、何回も同じしぐさを繰り返すところなどは、まるでクロッキーをするかのごとくである。「そして、そぎおとし、きりつめ、煮詰めていく。まさにシンボルマークをデザインするように」。役者が舞台美術にぴったりとおさまり、ロマンチカ独特の様式美に落とし込まれていく。だがもちろんロマンチカが目指すのは、たんなるグラビア的なカットの集成になることではない。

「演劇というのは、日常暮らしていくうちにつちかわれる倫理観や価値観にさえぎられて、忘れてしまったり、見えにくくなっている、ものの本来あるべき姿や真実を、もう一度思い起こさせたり、考え直させたりするような機会になるようなものだと思うのです。そういう意味では、価値観を転倒させてみたり、普段は見られない裏側をひっくり返してみせるというような、遊びの世界なんです。

そうしてつくっていくとき、はっとする瞬間に出会えるとか、息をつき直すことができるとか、そしてそういう瞬間に出会えたときに、〝美〟という、とらえどころのない感情に似た刺激を感じるのではないかと思うのです。そこに〝美〟があります。美しいと思うものには、必ず真実が含まれている、という信念のようなものが私には、あるんです」。

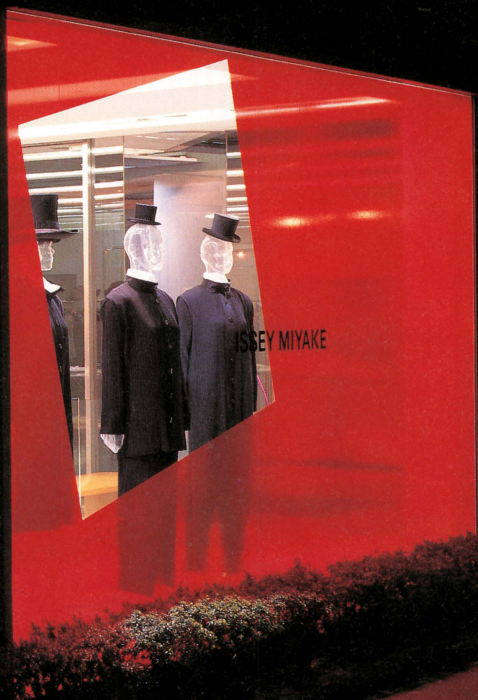
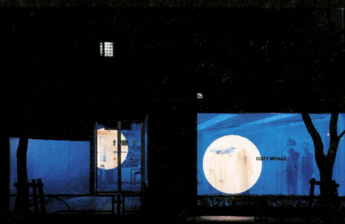
何が〝美〟なのか、それはどこにあるのか、そしてその中に含まれる真実とはなんだろうか。これらは永遠のテーマである。そして、ロマンチカ自体はその形態をかえていくだろうが、彼女たちが求める真実の〝美〟は不動のものだろう。

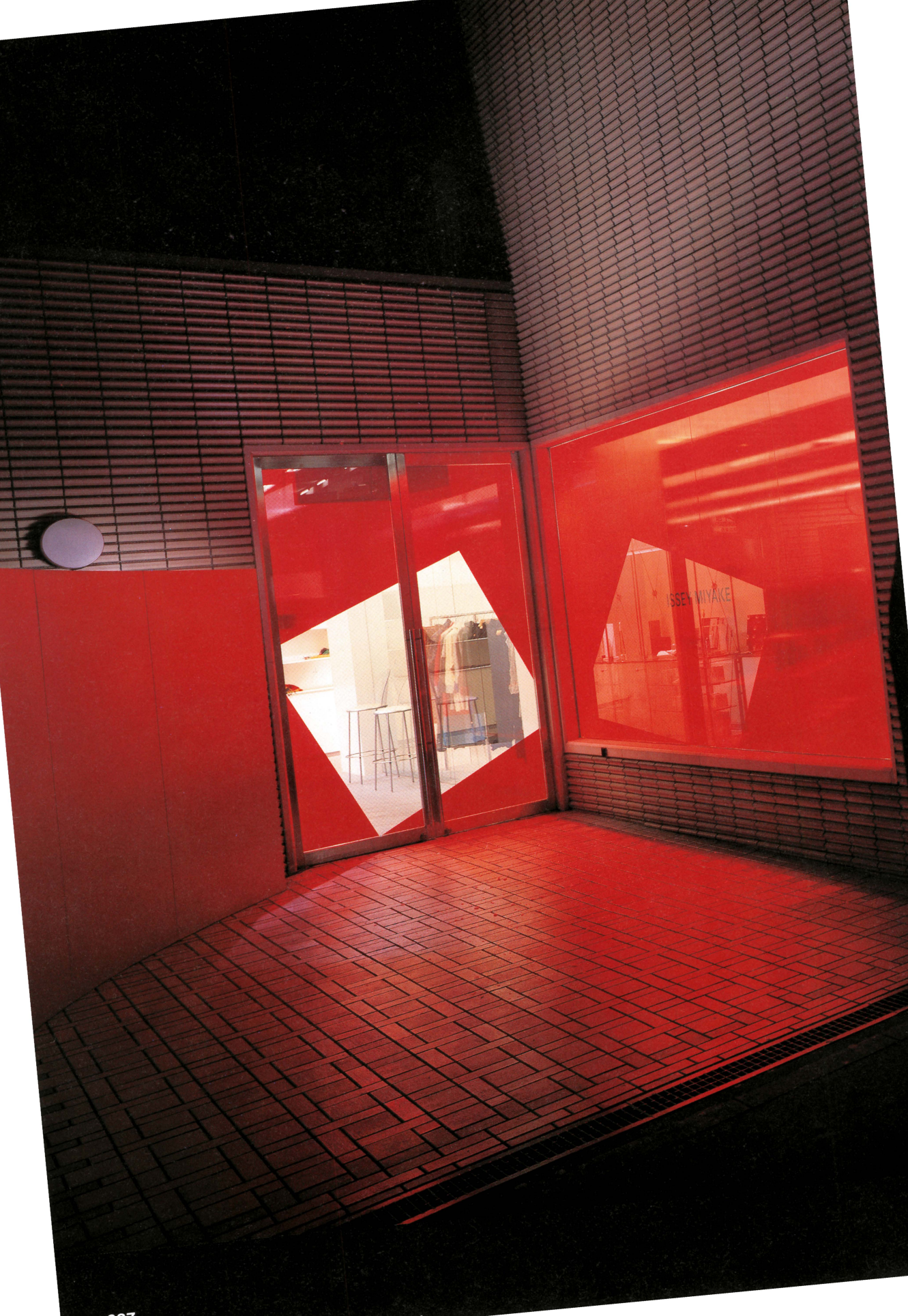
[編集部]

メデイア

吉岡徳仁
Tokujin Yoshioka

飛翔する空間へ

文＝青井裕子
Text by Yuko Aoi

弱冠28歳の吉岡徳仁氏は，イッセイミヤケを中心に，そのアクセサリーから舞台装置，そしてショップデザイン，ディスプレイまでを縦横無尽に手がける。子供のように自由なマインドから生まれるデザインは，軽やかに，街を，空間を彩っていく――。

●見開きの写真―1994年12月のイッセイミヤケ青山（東京・表参道）のディスプレイ。エントランス上部（写真左端）からは人工雪が降り、道往く人を驚かせた。自ら設計したこのショップでは、常時、ディスプレイも手がけている。「店本体はゼロのデザイン、インスタレーションで変化（ファッション）に対応していく」という空間は、ウィンドーのカッティングシートを替えるだけで、まったく異なる空間へと変化する。右上の写真は、「グリーン」という服のテーマをライトで表現した94年7月のもの。右下は93年1月のディスプレイ　3点とも撮影＝ナカサ アンド パートナーズ

ISSEY MIYAKE

●ベネッセハウス直島コンテンポラリーアートミュージアムで行われた「三宅一生」展の会場構成　1992 撮影＝藤塚光政

八〇年代、ファッションブティックはモノを〝売る〟場にとどまらず、むしろ〝見せる〟場として大いに役割を果たすことが期待されるようになっていった。内側のショップ空間と外側のパブリック空間の狭間にあったショーウインドーは徐々に拡大していき、遂にショップ全体がショーウインドーと化したブティックが相次いで生まれた。ショーウインドーという、都市の記号としての空間デザインが求められると、表層の差異を生み出すことのみにエネルギーが注がれることとなる。それは、TOKYOという街全体のショーウインドー化と共鳴して起きた、特異な現象であったと言えよう。

ところが、そんな状況には我れ関せずで、朗らかにしなやかにデザインに興じ、「ファッション小物に始まっていつの間にかブティックのショーウインドーを手掛けるようになり、気が付くとインテリアまでデザインしていた」とサラリと語ってしまう若きデザイナーが現われた。

吉岡徳仁。一九六七年佐賀県生まれ。小学校二年生ですでに、将来はデザイナーになろうと心に決めていたという。中学生時代は絵画を習い、さらに親元を離れて有田の工業高校デザイン科に進む。バウハウスの流れを汲むという高校に在学中は、平面構成や立体構成などから陶器の彫刻制作に至るまで終始課題に追われ、徹底的に基礎を叩き込まれた。「高校でグラフィックデザイン中心に学んだので、次に立体をやりたくて」桑沢デザイン研究所に進学し、インダストリアルデザインを専攻して本科・研究科を修了。「授業が終わるとクラスメイトと喫茶店に出掛け、新しいモノって何だ！と主にファッションについて討論していた」と、学友と互いに触発し合った頃を述懐する。

卒業後、尊敬する倉俣史朗氏に師事するうち、倉俣氏の紹介で八八年、三宅一生デザイン事務所に入社。入社直後より、「立体デザインができる人を」という三宅氏から倉俣氏へのリクエストに存分に応える仕事を着実にこなしていった。メガネやバッグのデザインからスタートし、そのうちにパリコレのステージでモデルたちが身につけるアクセサリー小物なども手がけるようになる。彼のモノづくりに一貫して見られる、素材に関しての卓抜したセンスは、すでにこの頃から発揮されるのだった。樹脂でつくった水滴を付着させたメガネとバッグを三宅氏が気に入り、以後五年間、アクセサリーや帽

●前の見開きで左端上部から撮影したアングル。イッセイミヤケ青山の楽しいディスプレイは近所の青南小学校の子供たちにも大人気だ 1994
撮影＝ナカサ アンド パートナーズ

子も含めて任されることとなる。
従来ファッションの世界で使われていなかった素材、特にインダストリアルやインテリアの素材を起用する例は、初期の帽子作品に多い。たとえば、塩化ビニールをバキューム成形したあと、さらにお湯に入れて手で曲げ、真空蒸着したもの、工業用ブラシのナイロン素材を染めてつくった「部分カツラ風」のもの、和紙職人に特別な技法でつくらせた紙製のものなど。

また、バッグのデザインにおいては、そのアイディア・ソースとして〝イメージの転用〞がしばしば見られる。上半身ボディやヘッドフォンを形どったもの、「家具のような固いイメージにしたくて」ステール・リングを用いたもの、手足に纏わり付くようにフィットし、所々小さなファスナーが付いた〝衣服〞のようなもの、などがそうだ。

●渋谷のパルコPart1にある津村耕佑のショップ「K-ZELLE」はショップデザインとディスプレイを担当。既製品のアームライトを使った、「手を加えすぎないデザイン」 1994 撮影=ナカサ アンド パートナーズ

●イッセイミヤケ青山のディスプレイ。「Pleats Please」の服をつくる工場に行った際、「プリーツ加工される前の原型を見て、その工程が面白かった」ので、その工程を表わすディスプレイを制作。原型のサイズと加工された後の大きさの間を、服が伸縮する装置だ 1993
撮影=ナカサ アンド パートナーズ

●吉岡徳仁氏。怪しく光る手は、吉岡氏のディレクションにより、大手マネキンメーカー七彩が制作したもの。「ビーズ蒸着」という技法を使い、光を受けるとその光を反射する
撮影＝鈴木重吾

ある時、倉俣氏に代わってウインドー・ディスプレイを担当することになった。評判が良く、以来、渋谷の公園通りに面したパルコのイッセイミヤケショップやイッセイミヤケ青山など、毎回鮮烈なアイディアを提示し続け、道行く人を楽しませてくれている。ストレッチ素材のイメージを出すためロゴを印刷したシリコンが伸び縮みして動くサインや、プリーツの特性を生かしバウンドする器械によって動かすオブジェ・トルソに目を留められた方も多かろう。

そして、デザインのフィールドはさらに広がっていく。アムステルダムのステデリック美術館で行なわれた「エナジー」展では、プリーツの服を床に置き、テキスタイルデザイナー皆川魔鬼子の個展では、床を酸で錆びさせて布地が鉄から滲み出るように見せ、また、「アルミ工場でふと見掛けた、型から外れてグニュッと変形したサッシ」は、コレクションの舞台装置に登場させた。こうした空間インスタレーションのアイディアもまた、とどまるところを知らず、意表を突いた見せ方が多い。こうした自身の才能もさることながら、キャリアにかかわらず、幅広い分野でチャンスを与えた三宅氏との出会いは吉岡の幸運と言えよう。ショップのインテリアについても、当初は三宅一生デザイン事務所の意向をインテリアデザイナーに伝える役割だったが、やがて自らいくつか手掛けるようになる。九二年、独立。三宅一生デザイン事務所の仕事を継続しながら、フリーランスのデザイナーとなった。

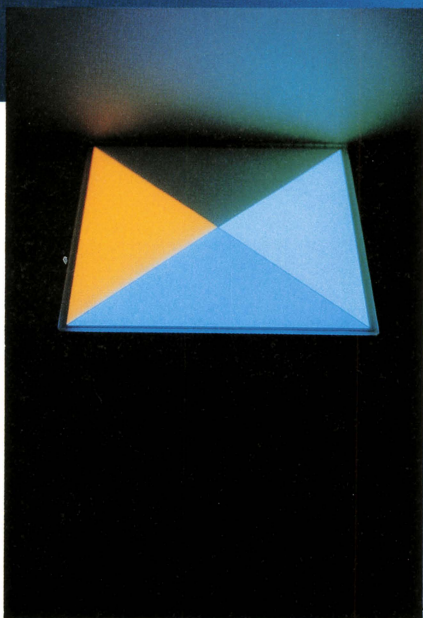
吉岡は、そのデザイン・アイディアを何気ないところから見付けてくる。〈スプラッシュ〉というブランドを打ち出した際のウインドーで、服が横に移動して正面にターンする〝移動ハンガー〟を制作した。「当時通っていた自動車教習所で、映像を見る時間にブラインド状のカーテンがスーッと移動しクルッと角度を変えて室内が真っ暗になる様子からヒントを得て、ハンガーパイプを付けるなどして改造しアルミ・スチールに器械を仕込んだ」。また、工場や材料屋も彼のアイディアの宝庫である。何気なく転がっている失敗作から何度もインスパイアされた。先述のアルミ工場がそうであり、メガネ工場でも面白いものを発見した。「メガネのレンズをつくる際に注入する樹脂が吹きこぼれてできた固まりがとてもキレイだったので、それを使って帽子をつくった」

まず素材に着目する。新しいもの、珍しいもの、いままで誰も考え付かなかった使い方ができるもの……。道を歩いていても食事をしていても、つねに何となく考え、思い付いたら即、実験してみる。素材を手に取り、曲げたり溶かしたり砕いたり……。飽く無き好奇心と情熱で、理科の実験と工作をおもしろおかしく繰り返しているかのようだ。まずは自分ででき上がるまでの過程をトコトン楽しむ。

いかに街を歩くか、いかに美しいものに触れるか、いかに友と語らうか、といったさりげない日常の感動を心に留め、自分の感性に素直になってデザインとしてアウトプットする。

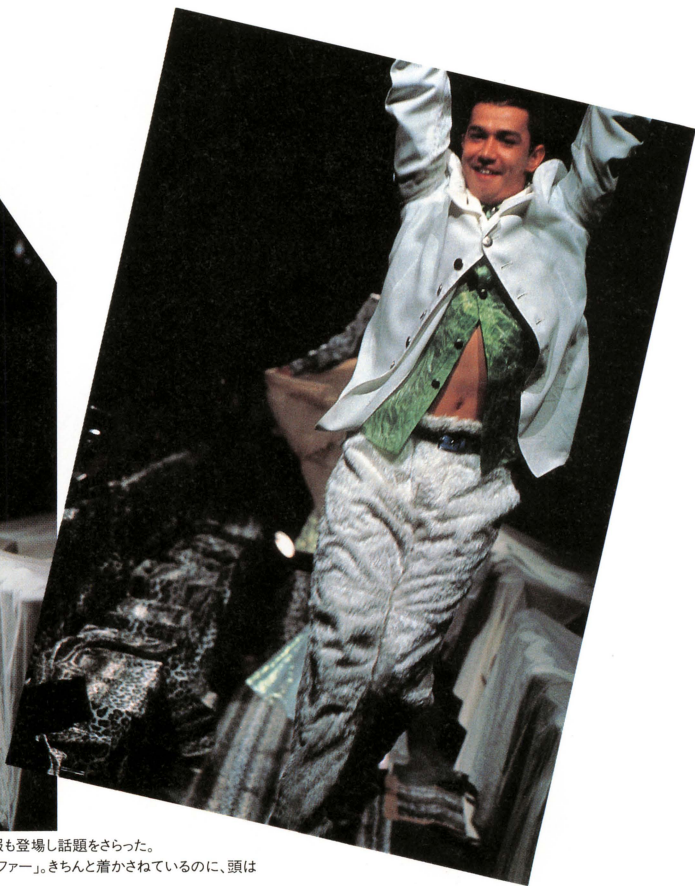
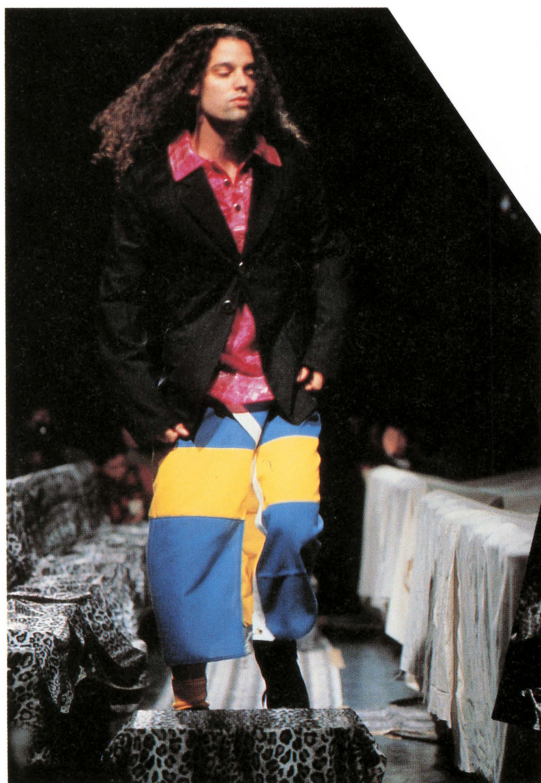
「いまは職人のつくる合理的なものがおもしろい。デザイナーが如何にもやりましたっていう感じはやめたいですね。できるだけ自然にインパクトを与えられる、手を加え過ぎないものがいい」。確かに、ウインドーに赤や青のカッティングシートを張るだけでまったく異なる見え方を創出できるし、シンプルな器械仕掛けで十二月の東京に雪を降らせることもできる。

目下、五年前に考案したワープロのバックパネルに使用されているプレートを用いた〝光る家具〟に取り組んでいる。「個展をやって終わり、の作品にはしたくない。量産できるシステムを模索中です」。奇を衒うモノを恥ずかしがるが、ファンタジックな映画を愛する青年はしかし、人を驚かすことに密やかな喜びを覚える。「『フォーカス』や『フライデー』に載る作品をつくりたい」。楽しみだ！

⦿よしおかとくじん――一九六七年佐賀県生。八六年桑沢デザイン研究所卒。八七年故倉俣史朗氏に師事、八八年三宅デザイン事務所に入社。八九年より東京、パリ、ロンドン、ニューヨークのメインショップのディスプレイを手がけるほか、ステデリック美術館(アムステルダム)、バービカンアートギャラリー(ロンドン)、直島ベネッセハウス(岡山県)ほかで行なわれた三宅一生展覧会の空間デザイン等も手がける。最新の仕事としてはプリーツプリーズのショップ展開とデザイン、シンガポール、青山のイッセイミヤケショップ。現在、タイペイの同ショップが進行中。
連絡先＝東京都世田谷区下馬一―二四―一六―四〇二 〒一五四 ☎03-3412-6765／三宅デザイン事務所 ☎03-3481-6618

●上——マルセル・ブロイヤーの「クラブ・アームチェア」へのオマージュ「光る椅子」1989
●左——黄・緑・青・白の4色が点滅する「光るテーブル」。プロトタイプの状態で5年間温めたこの作品を、マスプロダクトするのがいま、最大の目標だ
●下右—メガネ工場で見た樹脂の固まりがヒントになってつくられた、イッセイミヤケ92年春夏コレクションの帽子
●下左—イッセイミヤケ90年春夏のためにデザインしたスチールリングのバッグとサングラス

山下隆生
Takao Yamashita

リアルでナンセンスな
ビューティ・ワールド

昨年のゲリラ的なパリコレで話題となった"beauty:beast"
のデザイナー,山下隆生。
「futurism」をテーマにコレクションを
行なったばかりの彼に会った。
言葉が次々に飛び出してくる,刺激的な人物だ。

●42、43頁——95春夏のレディース・コレクションより。オール・シースルーの服も登場し話題をさらった。
●上——今回から始まったメンズ・コレクションより。テーマは「ダッファー・サーファー」。きちんと着かさねているのに、頭は脳天気、というようなかっこよさを表現した

トランスペアレントなすける素材を多用し「未来」を表現した'95春夏コレクション。

「人体に近づきたいんだ。第二の肌、コンドームみたいな皮膚感覚。だからスパンの透け方は人口皮膚のイメージ。パネル板のようなシルヴァーと組み合わせて。今回はショーがおわった段階でポジティヴで楽しかったっていう言葉だけが残ればと思っていて」

　そこには時代に対する冷静な視線がある。

「八〇年代は無機質で、九〇年代は急に人間的なものがすべて。いま、九〇年代中盤には、無機質なものも感情的なものも大切。その両立だと思うんだよね。エコロジーにしてもブームで偽物っぽくなってしまった。だからそれにこだわることにピリオドをうってハイテクとエコロジーの両立を試みたんだ。前回は解体したのを、今回は天然と化繊、化繊と化繊を組み合わせて再構築した」

　二十八歳。実際、彼自身も全身デザイナーズで決めたりと、八〇年代の消費者としての共通感覚がある。それが作品をより身近なものにしているのだろう。

「うん、自分の実体験からきていますね。自分の五感をつかって感じたものと記憶がデザインにフィードバックされている。同じ世代が同じようにテレビを見て、同じようなものを食べてきて、社会にでたとき、なんかこういうところが変だから変えればいいなというのがあると思う。その中で服をとりあげたとき、共鳴してくれるのはやっぱりぼくの世代とその下の若い子たちなんだ」

　そして、彼らにもっと近付いていこうとする。

「距離を狭めたいと思って。前にタイレストランでショーをやったんだ。みんなが食べたり、騒いだりしているなかで、イメージとリアリティの共存ができた。今回はもっと積極的に笑ったり、気取らないでやった。ぎりぎりまで、こういうふうにしたいんだとか、モデルの子とコミュニケーションをとって——それを見ている人のなかで素直に出す。逆にステージの方からお客さんに話しかけるっていう形までもっていけたら、と。日本では、エンターテインメント性をもっとつくって、音楽の構成からアイテムまで全部逆にした〝ジャポネ・ヴァージョン〟。日本人ってシャイだからちょっとがっかりしたけど。でもズリーベットのデザイナーや、いろんな人が来てくれて、空気のなかからつかみとってくれて、伝えようって必死な人がたくさんいるのを実感したね」

　そう話しながらも、もう頭には次回のコレクションのイメージが浮かんでいる。

「ファッションの、目に飛び込んでくる記号が課題。七〇年代風にしても一つの規則でカテゴライズしがちだけど、もっと、はっきりしていて漠然としたものに

●今後やってみたいというのはCGで立体の国旗をつくること、と国旗に関心をよせる山下氏。この作品も国旗でできたスカート。その記号性を取り去って、「色とシルエットが欲しかった」という

したい。たとえば交通標識とか、そういうものをファッションでできないかな、と。安い素材やスタンダードな素材で。具体的なテーマは『×2（トランスパランス）』、今回の逆でネガティヴ。今回はこういう明るいものを表現した、じゃあ、その背景はこうだっていうのを出したい。発想の転換。たとえば服のポケット。これはみんながそこでこのサイズが自然っていうのがあるでしょう。でも機能からいうともっと大きくてもいいし、それを変えてしまう。ライダース・ジャケットとかも、これまで当たり前だったものを崩す。そこから可能性が広がる。コピーしてつくる、『×2』。どれもなぞなぞや言葉遊びみたいにテーマとつながっているんです」

そのテーマが生まれるには、

「3Dでできたものを平面にパターン化してまた立体に戻す場合と、ヴィジュアルイメージが先にでてくる場合とがある。テーマのキーワードは、誰かがいったことに全部含まれていたり、気がつくと回りの人がみんなそう言ってるんだ」。

これまで「ファッション」というととても特別な、限定された印象があったが、〝ファッション〟って考えると、TシャツとGパンでもかっこいいっていう伝説もあるでしょう。だから結局、着る人を守る、生かす、その人らしくなるもの。そしてお風呂上がりに新しいスニーカーをはいて、あとは裸で鏡の前でポーズを

●右上——山下隆生氏　撮影＝小池晃
●右下——〝Hospital ephemere〟というかつて病院だったというアートスペースで行なわれたパリ・コレクションの風景
●今回すべてのコレクションに参加したモデルの藤本祐さんからはこんなメッセージが寄せられた
「ビューティの服は情報ではありません。ビューティの服は生きています。美しく魅力的な人たちがつくりたいと思ってつくった服なのでとても元気で良いエネルギーにあふれています。ビューティがこれから何をしても私はずっと好きでいます」
●左——大阪らしい(?)雰囲気の事務所風景。山下氏の背後にはコレクションでつかったというダッチワイフ、とさまざまなものがつまったカオス的な空間。好きな音楽がかかって、どことなくほのぼのとしたムードさえただよう　撮影＝小池晃

とる、そこにもファッションが存在しているし、いいジャケットを見つけて、それに合わせる安くてシンプルなものを『無印』で捜す、そんなときそのジャケットだけで十分ファッションがあるって感じたんだ。いろんなところ、各々の心の中にファッションってあるんじゃないかな」。理想論ではない、リアリティのあるファッション。それは生活の中、気持ちにとけ込んでいく。
「たとえば泣いてるときに腕のところにファスナーがあって、そこにお金が入れられるようになっているのに気づいたら、なんでこんなところにファスナーがあるんだ？って、なんか気が紛れるでしょう。きまりを破るというか、不規則性の規則。それを捜し求めてるんだ」。
そんな彼の服は、確かに誰かに何かを伝えている。誰かの生活の中で、誰かを力づけている。

「コレクションが終わって、手紙がきたんだ。『落ち込んだときとか寂しいときにジャケットを着ていると守られているような気がする』って。涙もので嬉しくて。液体でできたアーマードスーツみたいな、プロテクションでもあり、着る人をチューンナップできる服をつくりたい。人が悩んでいることになにか提案ができればいいなと思ってる。形とか素材とかはすでに出つくしてるし、ファッションでそれは先輩たちがやっていることだから、ぼくが考えることは着る人のこと」。
従来のデザイナーとは着眼点が違う。ナンセンスとリアリティがキーワードだ。
「きもの地でうちが服をつくるのはナンセンス。でっち奉公の人がしている前掛けみたいのをつかうほうが〝らしい〟。身近なものをもって西洋にいく方が、日本はこうなんだよっていえる。いままでは日本の和紙やきもので、伝統や歴史があるんだっていってきた。でも、今ぼくらが思うリアリティは『何だ、ロンドンと一緒じゃん』みたいなところもあるし、『和紙ってどこで買えるの』っていう実状もある。三年前に『THE FACE』のスタイリストのアダム・ハウと身近なもの、デニムできものをつくったんだよ。絞りじゃなくってブリーチって感じで、ウエストナイズして形状だけがきもの。公園でもべたっと座れるような。ジーンズみたいに、機能性とアイディアがスタンダードをつくっていくんだよね」。

「自分に素直になりたいし、不可能なんてないと思う。不可能にしているのって、結局自分じゃないかな」と、どんどん可能性を広げていく山下氏。「そう、今日湯たんぽを見て、すっごく懐かしいと思って。あの形、みんな知っているけど、中にお湯がはいっていなくて、他のことができてもいい」と目を輝かせる。

デニムのきもの、ずれたバランスのライダース、湯たんぽ……毎日の生活のなかから生まれてくる、どこにでも介入できるファッション。現実的で、バランスのとれた方法で切り込んでいくのは、着る人のすぐ近くでその人を守る、その人の良さを最大限に引き出す服なのだ。リアルでナンセンス、九〇年代を切り抜けるキーワードかもしれない。

［編集部］

◉やましたたかお——一九六六年長崎県生。摂南大学土木建築科中退。八九年beauty：beast を設立。大阪のストリート感覚あふれるインディーズブランドとして注目される。九四年三月にパリで初のコレクションを行なう。その後、関西国際空港のオープニング記念にヴィヴィアン・ウエストウッドとともに登場。大阪に初のオンリーショップ〝Pure〟、ロンドンにショウルームがオープンする。

連絡先＝大阪市西区西本町一—五—一七辻ビル　二階
〒五五〇
☎06-539-4609

タケイ グッドマン
Goodman Takei

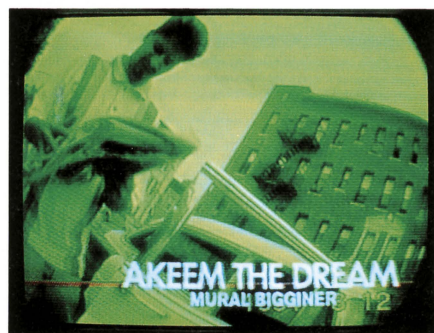
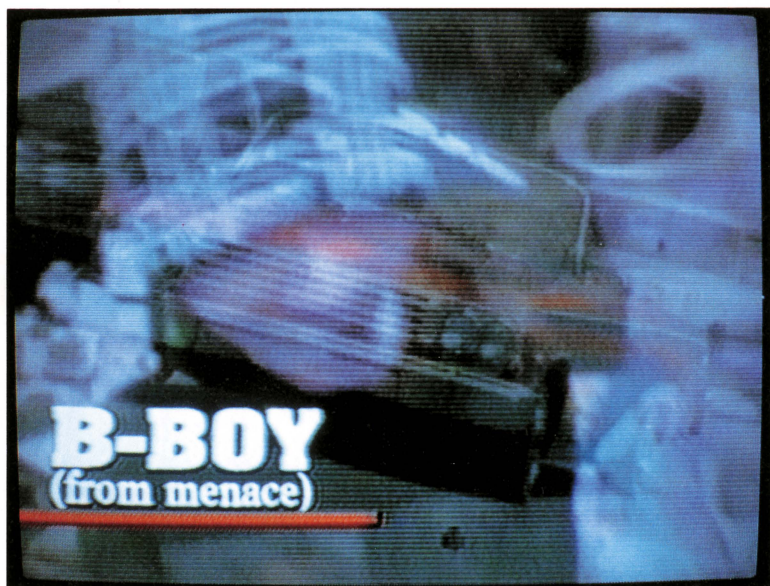
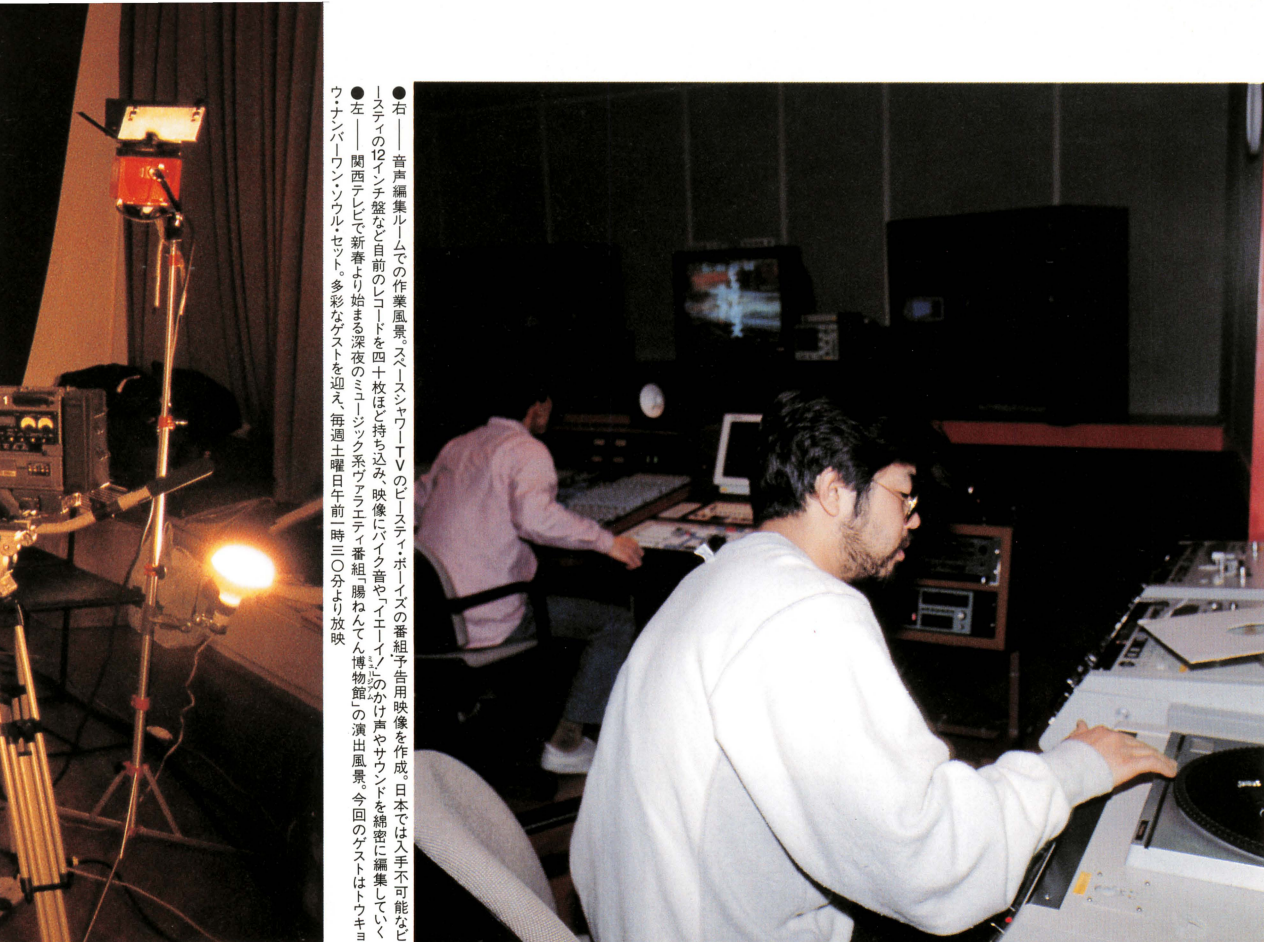
【特集】
HAPPY
NEW
DESIGN

映像
Video

ヒップ・ホップの ヴィジュアル・ルーキー

文＝荏開津広
Text by Hiroshi Egaitsu

おきて破りの映像作家がヒップ・ホップを中心とした音楽業界を賑わしていると聞いて，さっそく訪れてみた。8ミリの実写とイラスト，そしてデジタル・テキストのランダムな合成……だけでなく，スペースシャワーTVを中心に音源までをももちこみ，映像とサウンドをオタッキーに編集するかと思えば，番組の演出もこなす……。小沢健二，ビースティ・ボーイズ，スチャダラパーのよき相棒，タケイグッドマンとは果たして?

●見開き頁 ─── スペースシャワーTV「RAT MONKEY」より。撮影、演出、編集ともにタケイ氏が手がけている

●右——音声編集ルームでの作業風景。スペースシャワーTVのビースティ・ボーイズの番組予告用映像を作成。日本では入手不可能などビースティの12インチ盤など自前のレコードを四十枚ほど持ち込み、映像にバイク音や「イエーイ!」のかけ声やサウンドを綿密に編集していく
●左——関西テレビで新春より始まる深夜のミュージック系ヴァラエティ番組「腸ねんてん博物館(ミュージアム)」の演出風景。今回のゲストはトウキョウ・ナンバーワン・ソウル・セット。多彩なゲストを迎え、毎週土曜日午前一時三〇分より放映

日本のポップ音楽を売り出す際に付加される映像の長くはない歴史は、八〇年代、MTVの開始によって始まったのだろう。しかし、合衆国のMTVがきらびやかでスムーズ、ファッション雑誌を見る程度に刺激的な〝MTVスタイル〟の表現を獲得したことに比較すると、日本でのステップはそこまでもいっていないだろう。その理由は単純で、残念ながら音楽における映像の立場の必要性は、まず経済的な観点からしてこの国では重要視されていないからである。要するに、ビデオ制作は十分にペイしないのだ——一部の例外を除いては。

そして、だからこそ、タケイ グッドマンという人を喰ったような名前を持つ才能が、新しい才能がそこから出発するのかとも思う。もちろん、現在の彼の活動が、職業としていくつかの領域に跨がっていることからも判るように、タケイ グッドマンに映像作家、またビデオ・ディレクターの肩書きの冠を被せるのは正確ではないのかもしれない。それにしても、産業としてはもちろん、下手をすると職業としてもまだまだ体制が確立していない場だからこそ、タケイ グッドマンのような個性が立ち腐れなかったことをぼくたちは幸福に思ったほうがいいだろう。なぜなら、タケイ グッドマンという資質の魅力的な点のひとつは、無意識にかどうか、断固としてやりたいことをやってのける明快さであったりするからである。

たとえば、彼が彼の親しい友人であり、溢れるほどの才能を持った人間である小沢健二のためにつくったビデオを見てみよう。軽快な楽曲に合わせ、その歌詞の内容とつかず離れずに東京タワーなども登場しながら、ひたすら首都高速を車で疾走したり、ひたすらビルの屋上でギターを掻き鳴らす小沢健二がここでは画面の主な登場人物であるけれど、彼の姿形はプレスリー映画以来のアイドル・ビデオの伝統からするとやけにぼんやりとしているし、ポップ音楽を売り出す手段にしては物語性もここでは軽視されているだろう。ドラマは歌い手の姿形のように現われては消えていき、けっきょく印象に残るのは明らかに過剰な光の粒子だったり、その間から立ち昇ってくる奇妙な詩情とユーモアだったりするのだ。そして、気が付いてみると、タケイ グッドマン独特の視線が、瞳の裏側に焼き付いていることが判る。そのことは他のどの彼のビデオを観ても変わることはない。

彼がトウキョウ・ナンバーワン・ソウル・セットというグループのために制作したビデオ・クリップとなると、ある格闘技鍛練風景のいったいどこに注目すべきなのかを、彼は執拗に繰り返して示していく。これなどぜひ実際に見てもらいたいのだが、ありとあらゆる角度から、画面をいくつかに分割して——オリジナル・ウッドストック世代はこの画面分割に涙するかも知れない——彼が格闘技風

タケイ グッドマンに対する Q&A

Q 名前の由来は？

A 本名が好仁（よしひと）だから。たしかスチャダラ兄が名付け親。

Q 映像に携わったきっかけは？

A とにかくカメラで撮ったりそれを見たりが好きで、中学生頃からTVをみるのをやめて家のビデオデッキや8ミリカメラで遊んでいたというのもあるけど、具体的には映像つくって遊んでたスチャダラ兄弟とHi Band B-HiFiとの出会いがきっかけ。

Q 映像の魅力は？

A 映像ってしょせんブラウン管の中で起こっているにすぎないわけで、スイッチひとつでどんな大事件でも送ったり戻したりつけたりできるし、蹴っとばせば割れちゃったりする。でもそういった状況全部が映像のもつ力で、魅力だと思う。

Q 愛用の映像制作ルーツは？

A ユニークなエフェクトが充実しているソニーのHiband-B-HiFi、NT。面白いスローシャッターの機能のついたTR2（生産中止でいま回収中）。それからソニーのビデオプリンターなど。

Q TV番組の映像制作で心がけていることは？。

A 従来のTV映像は、つくり手（送り手）が主導権をにぎっていて、たとえば、字幕スーパーなども親切すぎて情報の受取りかたが一律。ぼくは、視聴者（受け手）が自分でブラウン管内の情報を選んで開いていけるような、受け手側の創造（想像？）のキャパをできる限り狭めないものをつくりたい。それからムード、リズムを尊重した、なにより楽しいもの。アナログ的なものを大事にし、一発勝負や偶然性を重視すること。

Q MTVについては？

A つくり手の思考回路がアナログなもの、映像がはらんでいる偶然性にハッとさせられるものがいい映像だと思う。粒子が荒くてもムードが伝わればいい。それからノリと青くささが大切。ぼくの青臭さとアーティストの青臭さを表現したい。

Q 好きな映像作家は？

A 中野裕之さんとナザニアル・ホーンブロワーのすべて。

Q ご自身でもラッパー活動をしていていたり、いつもミュージシャンの友人に囲まれて仕事をしているようですが、音楽の魅力って？

A 受け手も送り手もつねに新しい刺激に何らかの形でアプローチしていること。いずれ役に立たなくなるかもしれないシステムの文化、たとえ浅くとも歴史をつくろうとしているところ。

Q 好きなミュージシャンは？

A ディーボ、ビースティ・ボーイズ、ホフ・ディラン。

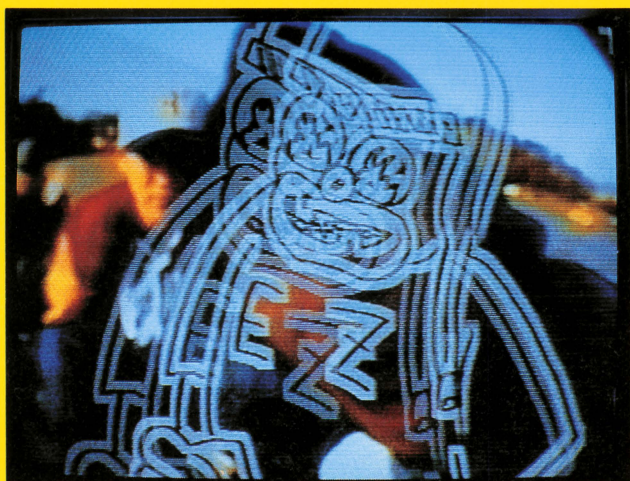
Q 九五年をどう生きたい？

A のんびり。マイペース＋実行決行。

Q 世紀末、二十一世紀について思うことは？

A つねに何か起こんないかな？と思っている。

Q 未来の映像はどうなる？

A 興味なし。

●上2点 — 小沢健二のミュージック・クリップ「東京恋愛専科」より ©東芝EMI
●左4点 — スチャダラパーのミュージック・クリップ「後者-THE LATTER」より。イラストはタケイ氏と活動するスケシン画伯 ©キューン・ソニー・レコード
●左頁 —— スペースシャワーTVでこの1月5日に放映されたビースティ・ボーイズの特別番組用映像より

景を見せていくと、あの懐かしい八〇年代、デジタルな文字で、グループの名前が画面の中央から流れてくるという仕掛けだ。人を喰ってはいるが、いや、それゆえにけっして、不愉快ではない。それどころか、発想の妙とタイミングがここでは巧みに組みあわさって、彼の才気が「わけのわからなさ」と共に画面に充満するだろう。

このインストゥルメンタル・ナンバーの前触れに続き繰り広げられるのは、またもやぼんやりした画面に、いつまで経ってもトラッキングがうまくいかないような、どこまでもずれていくメンバーの顔である。このずっこけは際限なく続いていく。途中ちょっとしたブレイクがあるのだが、このずっこけ加減はもはや当たり前になるまで続くのだ。評論家然とした人ならば、これを九〇年代の生の反映と見るかもしれないし、そしてタケイグッドマンにいくばくかのシニカルさと乾いたユーモアを感じとるだろうし、もしくは細部にこそ神は宿るということなのかもしれない。そして、しばしば彼の作品がそうであるようにぶった切るように終り、楽屋落ちが重要視される。

タケイ グッドマンの新しさは、ファッション雑誌のように美しくなっていくと見せ掛けて、箱庭的になっていかないところだ。そうではなく、いつでも彼はどこかでずれていくし、幼年期を体の感覚が忘れないように、八〇年代までのポップに郷愁を抱いているところが、(この国

にしては）九〇年代半ば、ありとあらゆるスタイルがばらばらに解体された後に出て来た作家らしかったりする。だから、TVバラエティのパロディにしては真摯であり、狂躁的にしてはレイアウトが良く、揶揄的にしては対象に尊敬の念を払う。これまでの彼の作品の中では、ぼくは九四年のビースティ・ボーイズを追ったドキュメンタリーがお気に入りだが、ものすごい速度で彼は作品を撮っていくだろうから、ベストはどれかは判らない。実は、個人的にはそのうち彼にバスター・キートンの初期の作品のような、美しいスラップスティックを撮ってほしいのだが。

＊撮影＝鈴木重吾

⦿たけいぐっどまん——一九六八年静岡県出身。八六年県立富士高校卒。スポーツニッポン新聞社で情報整理などの仕事やニューヨーク滞在などを経験した後、九〇年ごろよりスペースシャワーTVにて映像制作に携わる。主なテレビ番組に、スペースシャワーTV「一〇〇〇〇〇〇〇%ビースティ・ボーイズ」（九二年）、「ビースティ・ボーイズ　ジャパンツアー'94」（九五年一月）などの特別番組、藤原ヒロシ＋YOUの「BUM TV」（九三年四—九月）、「ダッセン3（トリオ）」のボンスク ピクニックのコーナー（九四年十—十一月）。主なミュージック・クリップにスチャダラパー「後者—THE LATTER」（九三年）、（九五年）トウキョウ・ナンバーワン・ソウル・セット「グランプリ／ロマンティック伝説」（九四年）、小沢健二「愛し愛されて生きるのさ」「東京恋愛専科」、ミュージック・ビデオに「CITY COUNTRY CITY」（九五年）、ジャケット・アイディアにトウキョウ・ナンバーワン・ソウル・セット「ロマンティック伝説」など。スチャダラパー「DOOBIE DO WHAT?!」、ダッセン3（トリオ）「DASS THE MIC」などを制作中。

連絡先＝東京都世田谷区奥沢一-七-一-二〇一 〒一五八 ☎03-3726-3948

【特集】HAPPY NEW DESIGN

ゲーム

Game

田尻智

Satoshi Tajiri

ドット・イリュージョンのギミックをさぐれ

文＝野上タカヒロ

Interview and Text by Takahiro Nogami

「クインティ」や「マリオとワリオ」など，年令性別問わず誰でもが楽しめるゲームを開発し，弱冠20代前半にして数少ないゲームデザイナーとしての地位を確立した田尻智氏。最近では，テクノ系ナイトクラブでも見てプレイして楽しめる，現代都市のパルスをヴィジュアライズした「パルスマン」で話題を呼んだ。彼が子供の頃から求めて自力で開発してきたゲームデザインの試みを伺ってみよう。

田尻智氏と聞いても、ご存知ない読者もいるかもしれない。しかし、有名なデザイナーの一人である。日頃本誌ではあまり取り上げないジャンルで、ではあるが。

田尻氏の肩書きはゲームデザイナー。ゲームデザイナーとは、ゲームの仕様を決めていく仕事である。マルチメディアでいえばディレクターに相当するといえばわかりやすいだろうか。ゲームの場合、ディレクターというと一部分の演出を担当する役割を指す場合もあるが、ゲームデザインというのはそれらを含めてすべてを統括して管理する役割だ。つまり、その作品の〝すべてを知る者〟だ。ゲームデザイナーをこなすには、ゲームにまつわるほとんどのファクターに精通していなくてはならない。では田尻氏はいかにしてそのような仕事をこなせるようになったのだろう。

とにかくゲームが好きだったんです(笑)。中学三年の時にゲームアイディアコンテストというものがあって、応募したんですが、あれが最初のゲームデザインということになるんでしょうかね。そのとき思ったことは、〝何か変わったことをしないとダメだ〟ということです。当たり前のことですが、ゲームというのは全部画面に映ってますよね。それを見えなくしたらどうだろう？　と思って「闇夜のカラス」というのを応募しました。これが見事落選しまして(笑)、中学生にして〝制作者としての挫折〟を味わったんですよ」。

コンテストへの応募という形ではあるものの、中学生にしてすでにゲームデザイナー志向があったのである。

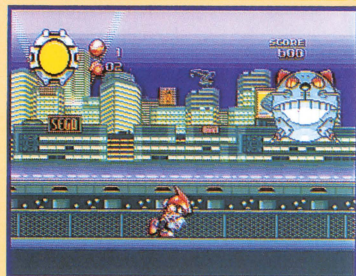
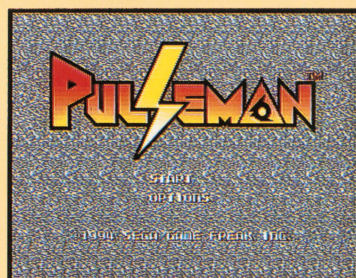
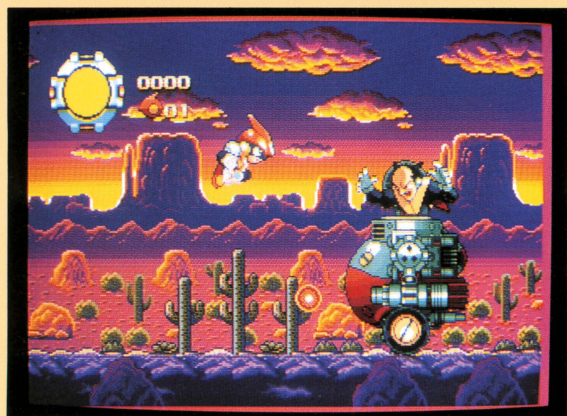
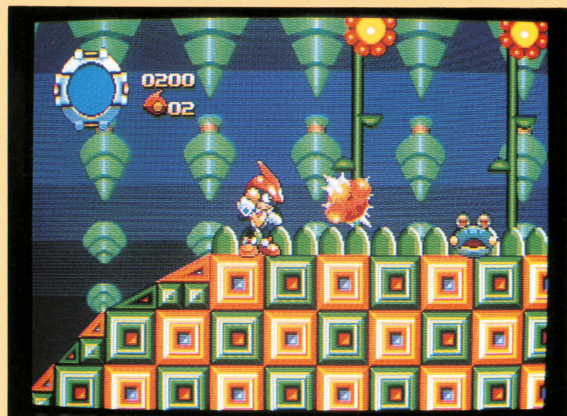
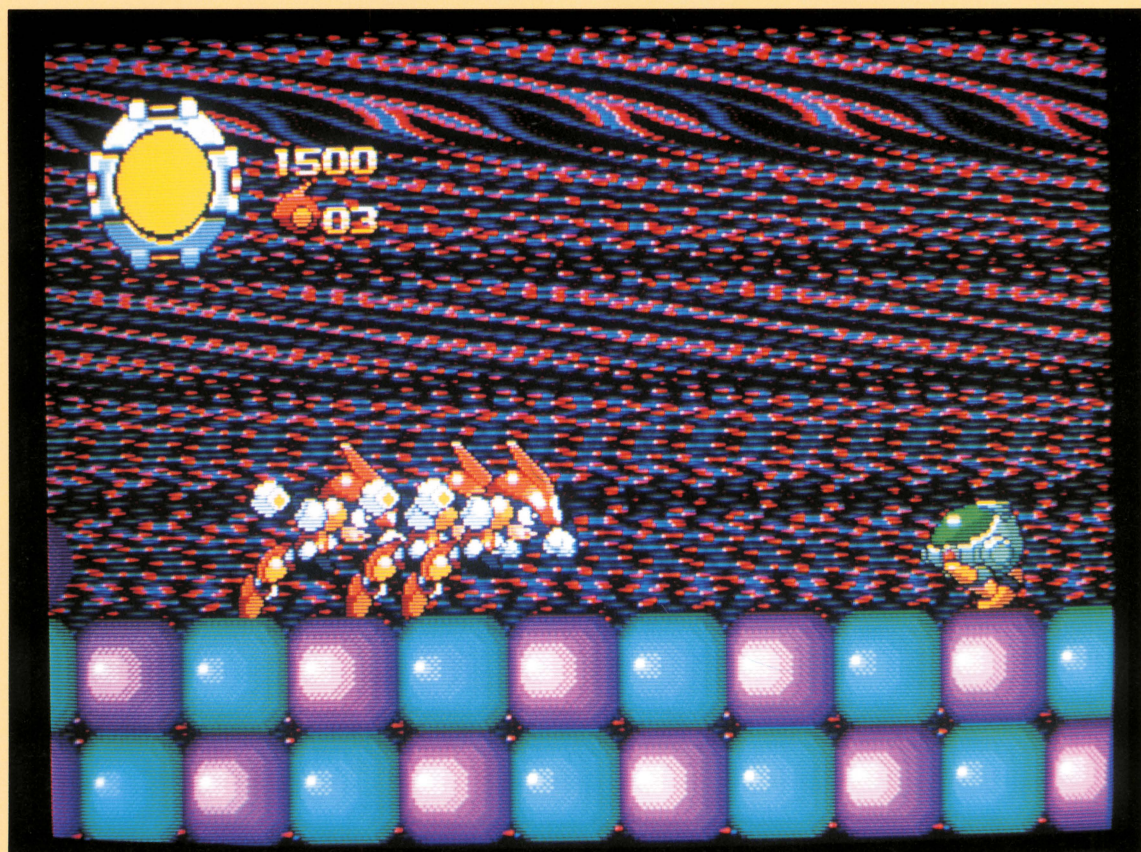
「次のチャンスは高校に入ってからでした。この時は変わってるだけじゃダメだな、と思っていろいろ考えたんですよ。当時、おもしろいゲームをいっぱい出して人気があったのがナムコだったんですが、ポスト・インベーダーといわれていたのが『ギャラクシアン』、それから『パックマン』、『ディグダグ』とかですね。そこでぼくが気がついたのは、〝新しい動詞を提案する〟ことが、新しいゲームのネタになるということです。ギャラクシアンは〝撃つ〟、パックマンは〝食べる〟、ディグダグなら〝掘る〟、ですね。それで学校で習った英語から、跳ねる(spring)という動詞にこだわって『スプリング・ストレンジャー』というゲームを考えたんですが、これが一等をもらったんです」。

このコンテストは、ナムコではなくセガの主催によるものだった。表彰式のために訪れた、初めてのゲームメーカーで、田尻氏は歓迎を受け、いつでも遊びに来るようにいわれたという。

「いま思えば、社交辞令だったと思うんですよ(笑)。でも真に受けたぼくは、体育祭の翌日のような平日の休みになると、伺っては一日遊ばせてもらったりしてました。で、ただ遊ばせてもらうだけじゃ悪いと思って、ゲームのアイディアを思いつくと書いては持っていったりしていましたね。実際に買ってもらった作品もあります。ただ実際製品化されたものってなかったですけどね」。

高校生活も終わりに近づいた頃は、活動のエネルギーが〝創作〟から〝情報〟へと移っていく。

「八二年の十一月頃、ゼビウスが出るチョット前ですね。ゲームフリークという名前で活動を始めて、ミニコミ誌(『GAME FREAK』)をつくっていたんですが、それは自分の知っている攻略法なんかを広めたいという動機から始めたんです。同じような仲間にもっと会えるんじゃないかな?とも思いましたし」。

実は筆者も読者だった。三十ページほ

●「パルスマン」より[5点とも]。2015年の東京を舞台とし、モニター内に生きる「C-Life」と人間のあいの子パルスマンが、電子空間と3次元空間を行き来しながら秘密結社GGと死闘するアクションゲーム。都市空間のパルスを意識したデジタル・サイケデリックなグラフィックとスピーディな場面展開、そしてテクノ・ミュージックを好む田尻氏が徹底的にこだわったサウンドなど、凝りに凝った作品。低年齢層の子供から楽しめる設定だが、この作品に賛同した電気グルーヴがサントラ盤CDを、アナーキックがTシャツを製作するなど、通好みの間でも盛り上がりをみせた

どで五百円くらいした『GAME FREAK』誌は決して安くはなかったが、他では得られない貴重な情報が満載されていた。

「その後、別冊として『ゼビウス一〇〇〇万点の解法』という本を出したところ、非常に評判を呼びまして、そのころからアスキーの『LOGIN』や『ファミコン通信』などに原稿を書くような仕事もするようになったんです」。

ミニコミ誌から商業誌へとライター業を続けるうちにも、ゲームをつくりたいという思いは変わらずあったという。

「八六年頃でしょうか、ファミコン・ブームが来たのは。ミニコミ誌をやっている過程で、プログラムのできる連中とも交流ができたこともあって、じゃあつくろうじゃないか、という話になったんです。でも「任天堂のゲームをつくるには契約に二千万円くらいかかるらしい、アーケード(ゲームセンターにある業務用のゲーム)じゃなおさらつくれない、できるのはパソコンのゲームくらいか…といろいろあって、けっきょく、〝自主制作〟でファミコンのソフトをつくってしまうことにしたんです(笑)」。

自主制作、インディーズと聞くと聞こえはいいが、要するに海賊版である。田尻氏たちは、ファミコンを分解して回路を調べたり、当時のファミコンの周辺機器であったファミリーベーシック(見た目はたんなるキーボード。ファミコン用の非常に簡単なプログラムが組める)のデバッグ・モードを使ってROMの中身を調べたりして、何とかつくってしまう。

「プログラムを組むためのパソコンもなかったですから、台湾とか香港とかでつくったApple IIの安いコピー品を秋葉原で買ってきて、それを改造して使ってました。まず、開発機材をつくる(笑)。音楽をやるヤツが楽器からつくるようなものですね。そこから始めました」。

ちなみにファミコンもApple IIも、CPUはモトローラの6502という8ビットCPUなのだ。もっともファミコンのものはカスタマイズしてあるので、まったく同じというわけではないが。それらの有り合わせの機材を改造して、自分たちで開発環境をつくり上げるのに二年かかったという。

「この二年というのがアッという間で、仲間が就職してしまって、会社帰りに事務所に来るようになった。でもいくら自主制作でもこれじゃソフトはつくれないんですよ。で、『会社でもらってる給料は俺が出すから、ウチのプログラムだけをやってくれ』といって会社を辞めてもらったんです」。

「ライターなどの仕事をいつもより十五万円多くして給料払ってたんです(笑)」と田尻氏はいうが、これで実質的には経営者である。八八年、二十二～三歳の頃のことだ。

「で、一年たってやっと完成したんですが、その時点になって売るアテがないことに気付くんです(笑)。周りのスタッフに聞いたら、誰も完成するとは思ってなかったっていうんですよ。でも、ぼくとしてはナムコから出したかったんです。『ゼビウス』、『ドルアーガの塔』など、ナムコ全盛のゲームセンターでとても楽しく遊んだことのお礼がしたかったから。実はその思いはゲームの中身にも色濃く出ています。ゲームデザインについては、多くのことをナムコ作品から学びましたからね」。

完成したソフト「クィンティ」は、ナムコ・テイストというか、田尻氏がナムコ作品の良さをじっくりと研究・理解していった結果が見事に反映されている。たとえば「ゼビウス」。最初の方の画面では、敵がこちらに当たりそうになりながらなかなか当たらない。これは実は敵自ら避けていくようにプログラムされているのだ。これに近いことを「クィンティ」では実現している。そのために〝非ゲーマー〟でも楽しく遊べるようになっているのだ。

「それで、ナムコに持ち込みに行ったんですが、ナムコの課長さんが、『なんだぁこのゲーム、古臭ぇなぁ』っていうんですよ。そりゃ三年寝かしてありますからね(笑)。でも、ちょっとやってみたら『なんだコレ、意外と面白いじゃん』といいながら三十分くらいやって『ウチで売ろうか』といってくれたんです」。

「クィンティ」は、確かに画面写真だけで見ると地味なゲームだが、キャラクターの動きもトリッキーで、非常に面白いゲームだった。おそらく、いまやっても充分面白いソフトだろう。結果的には当時のスケールでも中ヒット、二十万本売れたという。このソフトのヒットにより、田尻氏は以後、ゲームデザイナーとしてやっていく基盤を得ることになる。

少なくとも八六年の段階でゲームデザイナーという職種は確立されていなかったと思う。ドラクエのIは出ていたけれど、この堀井雄二氏でさえゲームデザイナーというよりも〝作者〟として認識されていたような頃だ。その当時、一般のゲームソフト、ましてやアクション・ゲームのソフトでは、多くの場合、チーフ・プログラマーなどがゲームのニュアンスを設定していたハズだ。つまり、アクションやシューティングといったジャンルでは、プログラマーとは別にゲームデザイナーがいるということは、かなり変わったことだったのではないだろうか？

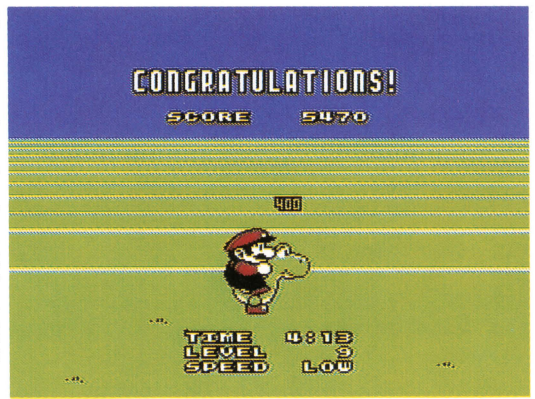
ところで、田尻氏も、仕事以外ではプログラムをするという。高校生になってアルバイトでためたお金でNECのPC-8001を購入するやいなや、ベーシックからマシン語まで独学でプログラミングを習得し、三～四か月かけて(何の資料もなしに！)念願のインベーダーを完成した経歴の持ち主である。

「それもね、ただそのまんまつくるだけじゃおもしろくないから、いろんなアイ

●仕事場風景[上]とスタッフ[左]。スタッフは現在全部で18人。左の写真中央が田尻氏。田尻氏の向かって左がインディーズ時代以来プログラミングとサウンドを担当している増田順一氏。

ディアを盛り込んだりしてね。たとえばセガ製のインベーダーの要素を盛り込んだりね。インベーダー以外だと潜水艦ゲームというものも好きだったんでつくってみました。これは水面下を潜水艦がゆっくりと行き来しているところを、水上の船から爆弾を落として当てるゲームなんですけど、この潜水艦が遅いんですよ、とてつもなく。で、自分でつくって速くしました(笑)。もう潜水艦じゃなくてミサイルみたいにビュンビュンに(笑)。でも、おかげで〝ぼくにとっては〟最高におもしろいゲームになりました」

この頃に自分のパソコンでプログラミングをしていた人たちは、いまのゲーム業界でも非常にテンションの高い仕事をしている人が多いと、田尻氏はいう。たとえばドラクエシリーズのプログラムを手掛け、独立してからは「トルネコの大冒険」「かまいたちの夜」などを精力的に発表している、チュンソフト代表の中村光一氏などであるという。中村氏の場合はプログラマーとしてコンテストに参加した後にプロという道を歩いているので、プログラミングだけをしているような印象があるかもしれないが、彼も紛れもないゲームクリエイターだ。

「あの頃のアーケードゲームは、自分でマネしてパソコンで再現できるギリギリの線にあったんですよ。しかも、自分のアイディアを足したりしてね。でも、いまのアーケードゲームはパソコンを使っ

●「ヨッシーのたまご」より。TVゲームのデザインの要素として、8×8ドットの中で、フォントやモチーフをいかに「らしく」みせるかは重要なポイント。メインヴィジュアルなど主たるデザインはグラフィック担当の杉森氏が行なうことが多いが、小さなイラストやフォント、画面全体のレイアウトは田尻氏が直接制作する場合もある　©ゲーム・フリーク／任天堂

て個人で再現するには大変すぎるし、それとは別にパソコンでゲームをつくるといっても、次世代マシンなんかも出てきているんで、つくる意義が、個人で面白いものをつくることに挑戦する楽しみというかチャンスというか、そういった点に絞られてくるのかもしれませんね」

　さて、今後はどのような方向性を考えているのだろう？

「ぼくのつくりたいゲームっていうのは、時代性と無関係なゲームですね。最初の『クィンティ』をつくった当時だと流行はデカキャラ（大きい敵キャラクター）で、これがたくさん出てくるとスゴイ、というような感じでした。こうした要素は、コンピュータの性能が上がったことによる流行だったと思うんですが、ぼくはそういったハードの進化とは無関係にゲーム性を追求したものをつくりたいですね。

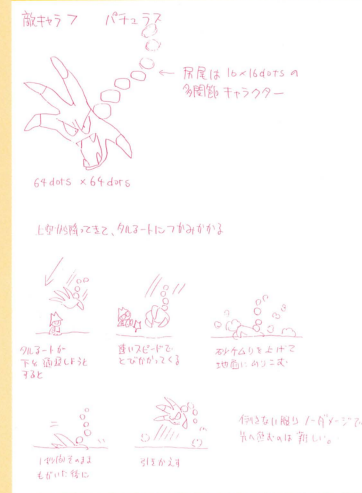
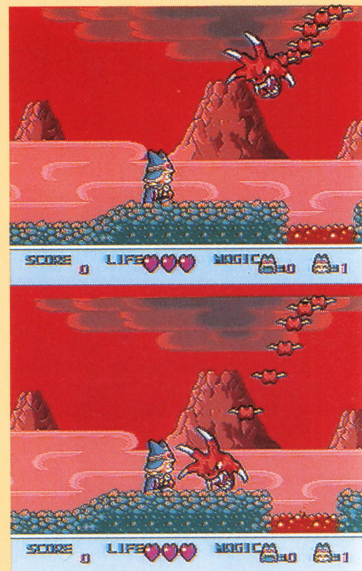
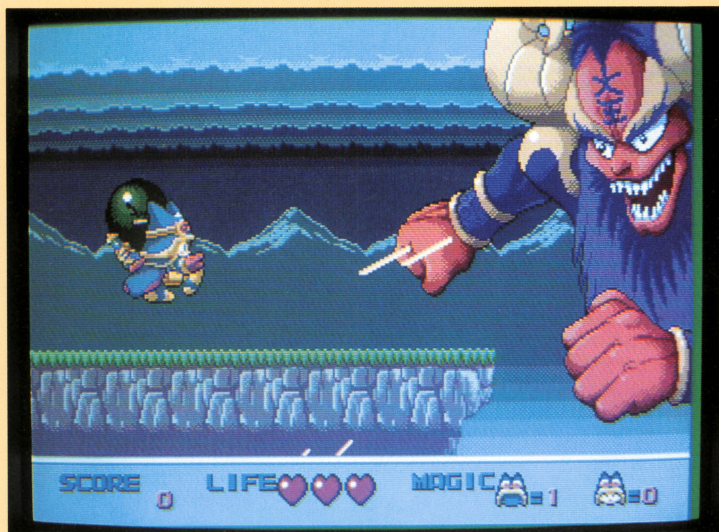
　未来？　あんまり先のことは考えたことないなあ（笑）。とりあえずいま、ゲームボーイ版のＲＰＧ（ロール・プレイング・ゲーム）を野々村文宏氏とともにつくっています。すごく（もう五年も!?）時間がかかってるんですけど（笑）。これはゲームセンター育ちのぼくが初めてアクション以外のモノをやるという（笑）挑戦なんですけど。ぼくにとっては〝あらゆるゲームの引き出しはアクションゲームにありき〟というところがあるんですが、ＲＰＧにもゲームの本質的な面白さは感じるわけです。そこで、ぼくの使命とでもいったらいいんでしょうか、ゲームセンターで培ったアクションゲームに関する含蓄、引き出しを、他のジャンルに生かせるんだったらそういうパイプになるような作品をつくってみたいと思っていましたから。自分のつくるゲームの幅を広げたいということでもありますね。ただ、どんなジャンルのゲームをつくるにしても、「クィンティ」の頃からの信条として〝切り口が面白い〟ということ、〝単純で面白〟いということを大事にしています。そこから外れることだけはないと思っています」

　ソフトの完成が近づくと、それを実家に持ちかえって「母親とかにやってもらうんですよ。それで喜んでもらえるようじゃないとダメ」だそうだ。普段ゲームをやらない人にも楽しめるようなモノが本物の面白さを持っているという。

「ゲームって、いろいろなジャンルがあって、それぞれにみんな面白いと思うんですけど、実はそれは、ドンドン分析していくと、ほとんどに共通する面白さが含まれているんじゃないかなあ？　という疑問が随分前からありまして、それを追求してみたい気もしますね。つまり、ゲームの面白さのエキス、みたいなものを発見したいという…。ＲＰＧもシミュレーションもアクションも、実は全部に共通する同じエキスがあって、それの入っているソフトは面白いけれど、入っていないソフトはつまらない、というような感じです。いまの時点で考えていることをいうと、たとえばグラフィックなら、キレイな絵より気持ちよく動くもの。単純な図形でもしなやかに動くとリアリティがあるんですが、スッゴイ色数を使って描かれたリアルなグラフィックも動かないとつまらない。僕の個人的な選択でいうと、マックの『ＭＹＳＴ』よりはメガＣＤの『夢見館』、『スト2』シリーズよりは『バーチャファイターⅠ』（笑）。でも、雑誌などで紹介されるとき、文字で〝リアルな動き〟と書かれているものよりも、バーンとキレイなグラフィックが載っている方がインパクトを与えてしまう。ゲームなんてえてしてそういうものなんですけどね（笑）。その〝エキス〟を発見したからといって発表するかどうかはわかりませんけどね。ぼくの持ちネタですから（笑）」。

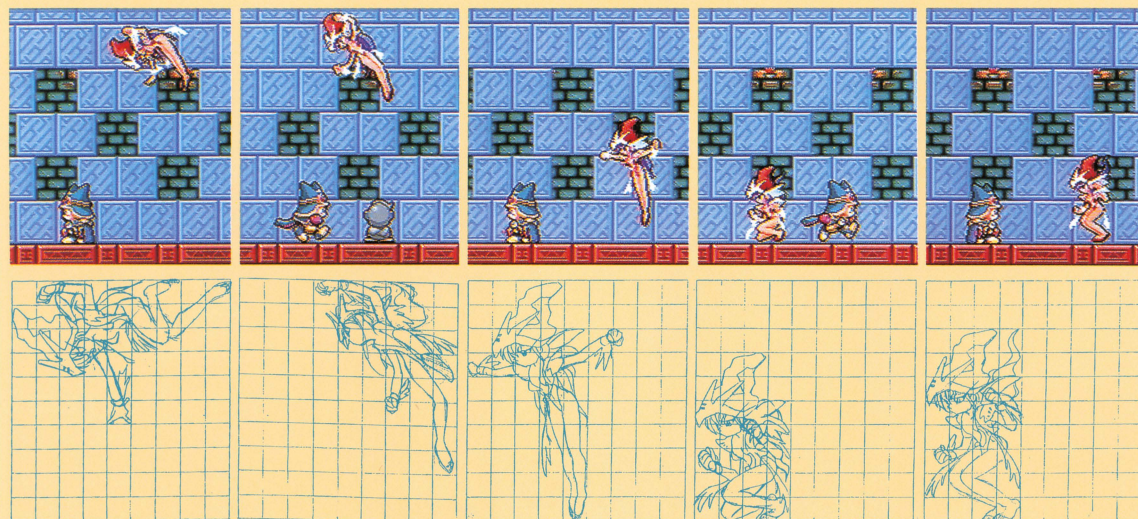
＊撮影＝鈴木重吾

◎たじりさとし――一九六五年東京都生。八一年国立東京工業高等専門学校電気工学科卒。八二年コンピュータゲームの研究と攻略を目的とした集団「ゲームフリーク」設立。八九年株式会社となり、代表取締役に就任。おもなゲームに、八九年「クインティ」（ナムコ）、九一年「ジェリーボーイ」（ソニーエンターテインメント）、「ヨッシーのたまご」（任天堂）、九二年「まじかるタルるートくん」（セガ・エンタープライゼス）、九三年「マリオとワリオ」（任天堂）、九四年「パルスマン」（セガ・エンタープライゼス）など。海外での人気も得る。現在、野々村文宏氏とともに五年がかりのロールプレイングゲームを制作中。また、著書に、九〇年『パックランドでつかまえて』（ＪＩＣＣ出版局）など。

連絡先＝ゲームフリーク　東京都世田谷区北沢一－四〇－六　カシワサード五階　〒一五五　☎03-3467-4387

●この頁 ——「まじかる☆タルるートくん」より　[上右3点]下はプレゼン用の企画書。〝大胆・なめらか・意表を突いた動き〟を出しやすい多関接キャラクターはいま流行(?)とか。バック地に赤を使用しているが、赤はブラウン管特有の色のにじみがとくにひどい色。ゲーム用グラフィックには特殊な色の計算が必要　[上左]デカキャラ、部分のみの登場は、インパクトを保ちつつデータ量を最小にする工夫　[下5点]印象的な飛び技をみせる敵キャラ、ミコタカの動きは5枚のグラフィックを使い、左右反転、上下反転などで2倍に増幅させて表現する　©ゲーム・フリーク/江川達也/セガ・エンタープライゼス/東映動画/集英社

【特集】HAPPY NEW DESIGN

イラストレーション Illustration

山根茂樹 Shigeki Yamane

クリエイションとディレクション

●山根茂樹さん。電通の水口克夫さんとの打ち合わせを終えて、出てきたところをショット。ちなみに名刺の「炎のイラストレーター」という肩書きは、親しい編集者とアートディレクターがつけてくれたものだそうである　撮影＝桜井ただひさ

山根茂樹さんの名刺には，「炎のイラストレーター」と肩書きがついている。なぜ燃えているのかは，彼の仕事ぶりをみればわかるはずだ。受注を待っているだけではなく，自ら企画をし，クリエイティヴディレクションを巻き込み，イラストレーションのありかたを模索しつつ，奔走する。
「いい人と組めば，絶対にいい結果がでる」。つねにコラボレーションというかたちをとりつつ，コラボレーターに戦いを挑む。

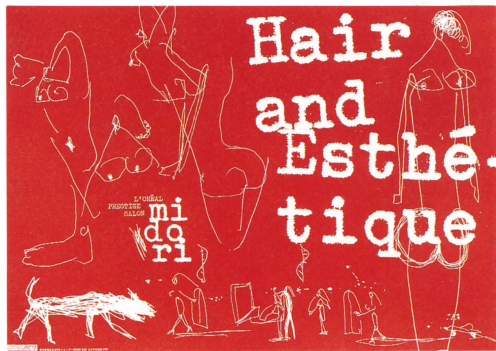
山根さんの作品には、一般にイラストレーターが持とうとしている、いわゆる固定のスタイルがない。彼がいままでつくってきた作品を見ればわかるように、さまざまな手法を用いながら、ポスターなりCFなりをつくりあげている。イラストレーターとして特異なのは、自らクライアントと企画を、アートディレクター（以下AD）なり、クリエイティヴディレクターなりに持ち込んでいくことだろう。企画に肉薄する部分に、イラストレーターとしての自分を置いているので、いきおい話を持ち込まれたADは、真剣にならざるを得ない。

劇団「善人会議」のポスターで組んだ竹下幸生氏との出会いが、衝撃的だった、と彼は言う。イラストは、アートディレクションひとつで、良くも悪くもかわってしまう。アートディレクションの必要性を認識した彼は、『ADC年鑑』や『コマーシャルフォト』などで、おもしろそうなクリエイターを捜し始める。旭通信社の福島治氏や、今回とくにつくりおろし作品のディレクションをお願いした水口克夫氏しかりである。

「組んだ人がよければ、自分の意外な面を引き出してくれる。自分だけだと、そういうのが見えないじゃないですか。ADが注文をだしてくれて、ぼくが答えようとする。そういう戦いの場がエキサイティングなんです。

だいたい、いいADというのは、

●萩原健一のコンサートパンフレットのイラスト。萩原健一さんに売り込みにいって気にいられ、採用されたという　1985

●ビューティーサロンみどり「春編」ポスター　B倍　1991　CD+I=山根茂樹　AD+D=原耕一+五十嵐たかし　D=五十嵐たかし

⦿やまねしげき――1960年横浜生。83年東洋美術学校卒。フリーのイラストレーター。チョイス展入選、日本タイポグラフィ年鑑'93ベストワーク賞受賞ほか。ペインティング、ドローイング、オブジェ、キャラクターなどのイラストの仕事と同時に企画制作などクリエイティヴディレクターとしても、地歩を固めつつある。
連絡先＝東京都葛飾区金町6-1-3　東光商事株式会社内　山根事務所　〒125
☎03-5660-4139

●上――JR札幌駅ビル「PASEO」クリスマスフェスタのTVコマーシャル　1994　キャラクター制作＝山根茂樹　PL+FD＝杉本英介　プロダクション＝ブレックファースト+アダルト

●左――「ダイリキ」TVコマーシャル　1994　キャラクターデザイン+イラスト＝山根茂樹　PL+FD＝中島信也　CD+PL＝岩崎俊一

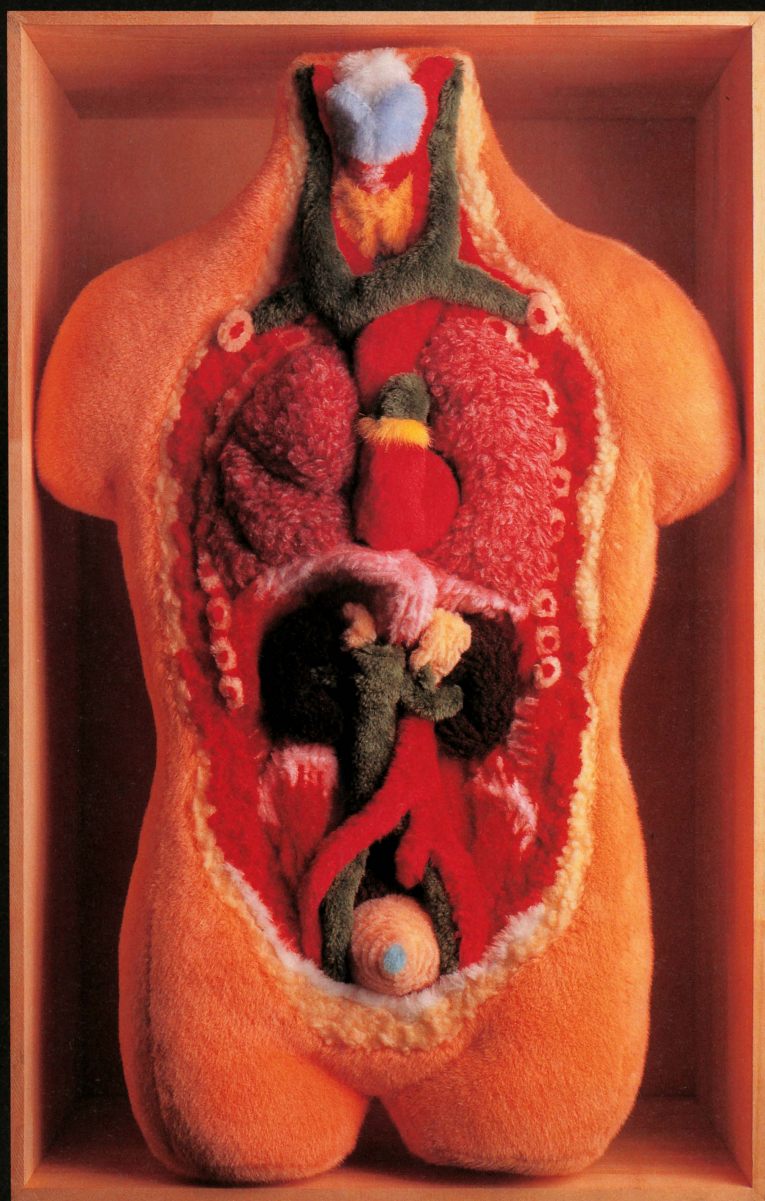
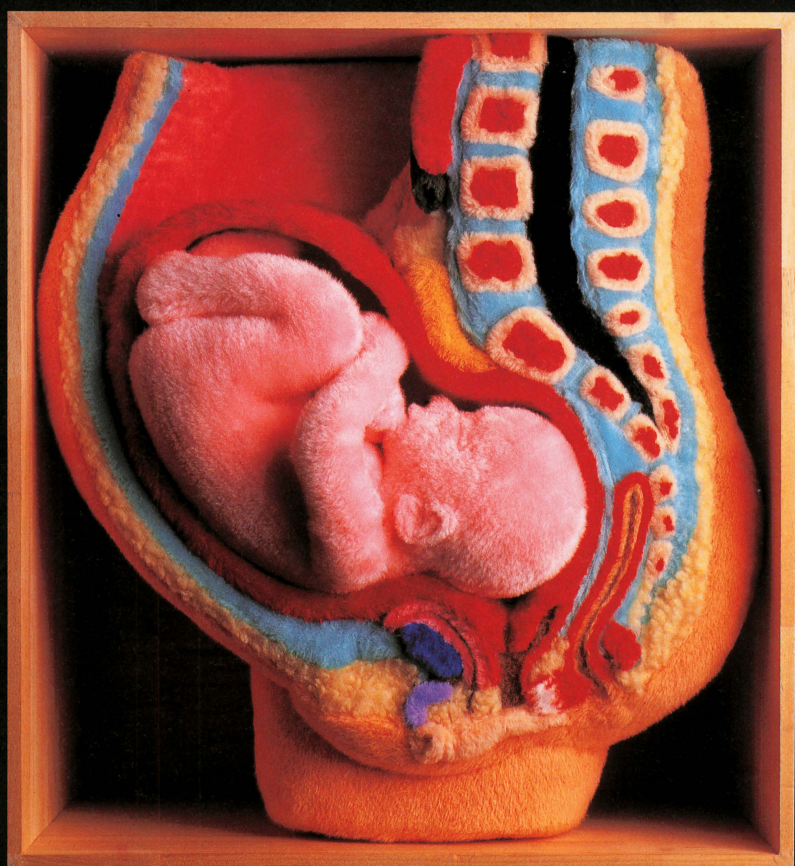
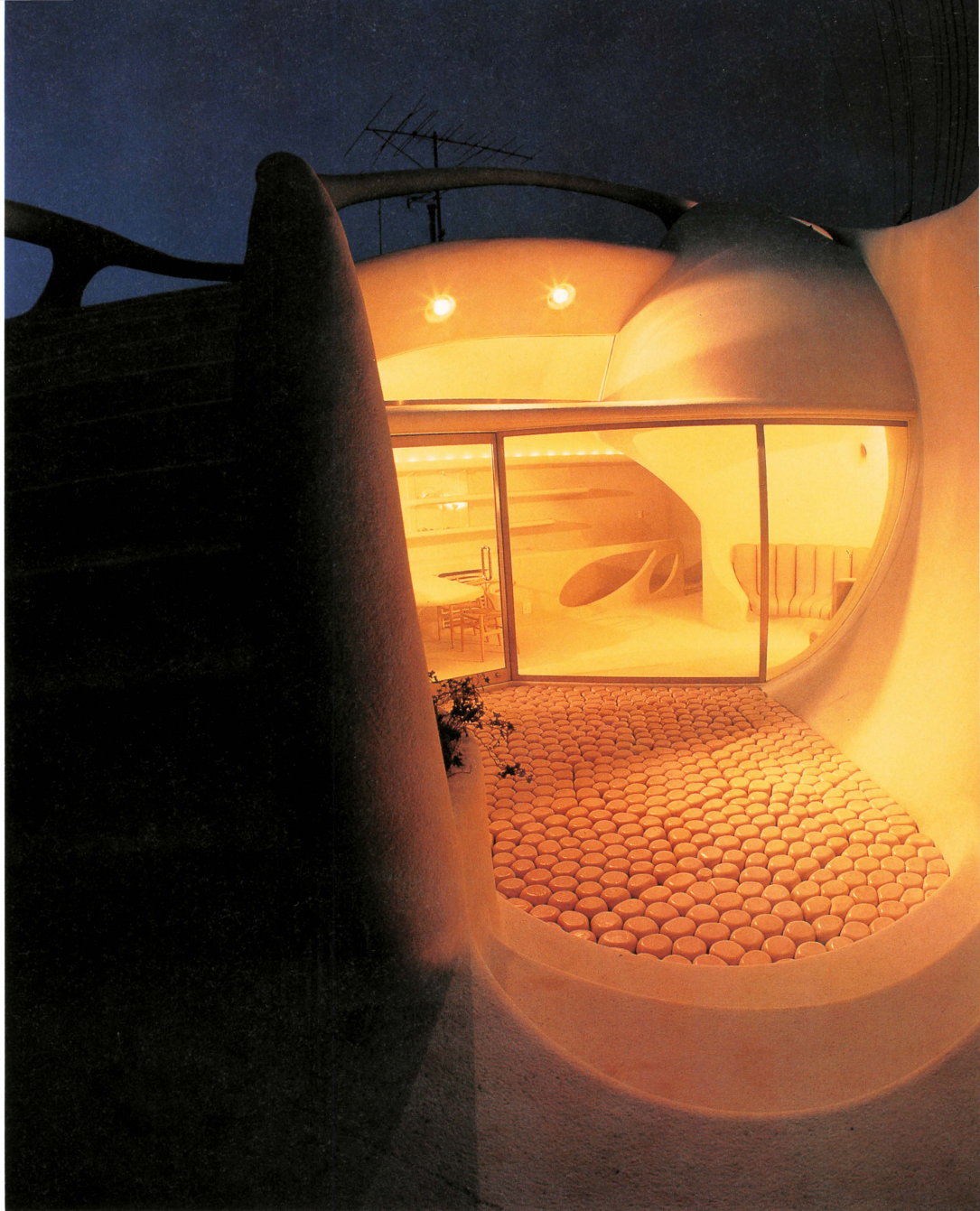
■山根茂樹は基本的である

山根茂樹という名の男から定期的にイラストレーションが送り届けられてくるようになったのは，3年ほど前のことになるだろうか。
深い色彩で塗り重ねられたイラストレーションは，ニューヨークのジャズクラブで記憶に焼きつけた黒人であったり，ジャマイカを旅したときにすれ違った黒人たちを，ぼくに想起させた。厚くよどんだようなイラストレーションだった。
「ぜひ一緒に組みたいのだが」と語りかけてくるパワーがあった。
その頃のぼくは，小さな広告制作プロダクションを営むという立場にあり，その時の仕事がそうさせたのか，それともぼくの中の何かがそうさせたのか，送られてくるイラストレーションに対して，なんら答えることなくやり過ごしていた山根茂樹からのイラストレーションは，定期的に送り届けられ続けた。
ぼくは，この夏，広告制作プロダクションを営むものという立場に終止符を打ち，一人の制作者でしかない立場を選択し直した。そして，そんなぼくの決めごとをよしとして，そのまま認めてくれた畏敬の友が仕切っている，アド・ワークショップという名の会社に転がり込んだ。山根茂樹がイラストレーションを描き続け，発信し続けるのと同じように，制作というコミュニケーションの現場のことだけを追いかけ続ける日々をスタートさせた。そして，ぼくは初めて山根茂樹と仕事をしてみたいという気持ちになった。
彼とポスターをつくり，CFをつくる（JR札幌駅ビル「PASEO」）過程で，この男とは，今後も現場を共有し続けるだろう，とぼくは予感した。できあがった広告のワク組に順応すること，疑いもせずにそのノウハウに固執し続ける行為を，いまぼくは少し覚めた目で見ている。そんな気分のぼくにとって，山根茂樹の世の中に対するアプローチは，心地よい。多分に大げさなものいいをすれば，人間として，男として，どのような生き方をするのか。制作者に再度なげかけられているこの問題を，彼は受け止めているように思えるからだ。
［杉本英介・クリエイティブディレクター］

能動的な人ですね。あれだけ意見を言うイラストレーターも珍しいのではないですか。［岩崎俊一／クリエイティヴディレクター］

かっこいいものとすごく庶民的だったり下世話だったりするようなものとの間で、振幅が大きい仕事をしている。そういう人は魅力的ですね。そういう人と組みたいと思うんです」。
基本的に人間が好きなのである。
「人と会うほうが、仕事自体よりエキサイティングだったりする」と彼は言い切る。会いたい、話を聞きたい、と思うと彼はすぐに連絡をとる。作品は、ただつくるものではなく、印刷やTVのメディアに載って初めて作品となる、そのためにはどうすればいいのか。「純粋に仕事が趣味だから、趣味のためにはお金や労力を惜しみません」
「やりたいことがいっぱいあるんです」と彼は言う。今回、水口氏とコラボレーションする作品は、彼が最近主な手法としている、ボアという素材をつかった立体イラストである。「この手法は、ひとつの突破口でしかありません。ちゃんと場数を踏んで、それから先へいかなくては。すべてのメディアに自分の作品を載せたい。載って恥ずかしくないためには、あとはいいものをつくるだけ」。
彼のパワーは、とどまるところを知らない。もっとたくさんの人と組んで、さまざまなことをしていきたいという彼の目は、いつも前を見て輝いている。
［編集部］

●『CUT』（ロッキング・オン社）コラボレーション頁　1991　PL+I（オブジェ制作）＝山根茂樹　P＝敏春　AD＝清水正己　D＝中島英樹
［次頁］
●今回の記事のために特別に制作した作品　CD+I＝山根茂樹　AD＝水口克夫　P＝瀬尾隆

●劇団「善人会議」公演「新羅生門」のポスター　B倍　CD+オブジェ制作＝山根茂樹　AD＝竹下幸生　D＝山中宏文

●この見開き――町田市・鶴川という新興住宅地にあるトラス・ウォールハウスの一部。「トラス・ウォール」という曲面コンクリートの特許工法を使い、その可能性を追求した住宅
●右――細胞のようなタイルは風船の中にコンクリートを流し込んだもの
●左――舌の形をした皮のクッションを壁に差し込んだソファ　撮影＝木田勝久

ウシダ・フィンドレイ・パートナーシップ

Ushida Findlay Partnership

アジテイトする住居

まるで人間の体内のような
有機的なフォルム。
環境のなかで，社会のなかで，
挑発するようなその姿は
見る側を刺激する。
そんな建築を発表し続けるのが，
ウシダ・フィンドレイ・パートナーシップだ。

まず気になるのは、二人の姿勢だ。一体何をおこし、伝えようとしているのか。

「私たちは〈アーバン・シチュエイショニスツ〉なのです。たとえば皮膚をこすられると摩擦が生じ、人はそれが気になって何かを考え始めるでしょう。そんなきっかけをつくろうとしているのです。それは建築という分野に限定されず、あらゆるジャンルで可能なこと」（フィンドレイ）。

「トラス・ウォールハウス」で行なわれたというパフォーマンスもこの一環といえよう。

『トラス・ウォールハウス』はアーキテクチュアとスカルプチュアの中間的な作品。私たちの仕事は建築界ではあまり理解されないのです」（牛田）。

「むしろアートの方に近い感じがするしね。私たちはそういう分野といった境界をはらって、その間に橋をかけたいのです」（フィンドレイ）。

建築の内部に目を移すと、筑波の「soft and hairy house」にしても、とても曲面的な印象を受ける。

「人間は無意識に空間を四角く、直線的に区切っている。だから、こういう曲線的な空間に入ると解放されるのです。たとえば、カメラマンがこれらの内部に入ると、最初はとまどって、固定的な垂直状態で構えていたのが、ななめにしたりと、手持ちで自由に撮り始める。住宅においては、仕事で理性的になっている状態から、ほっと解放される、という要素が大切だと思う」（牛田）。

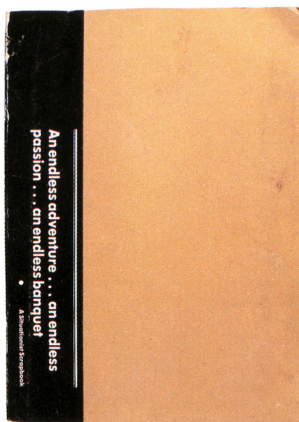
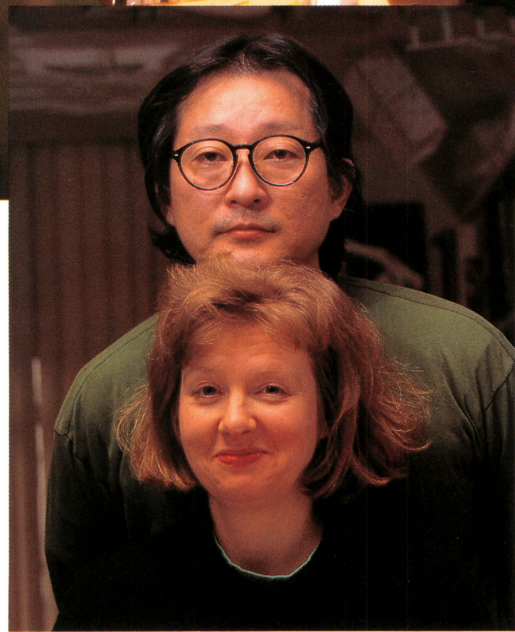
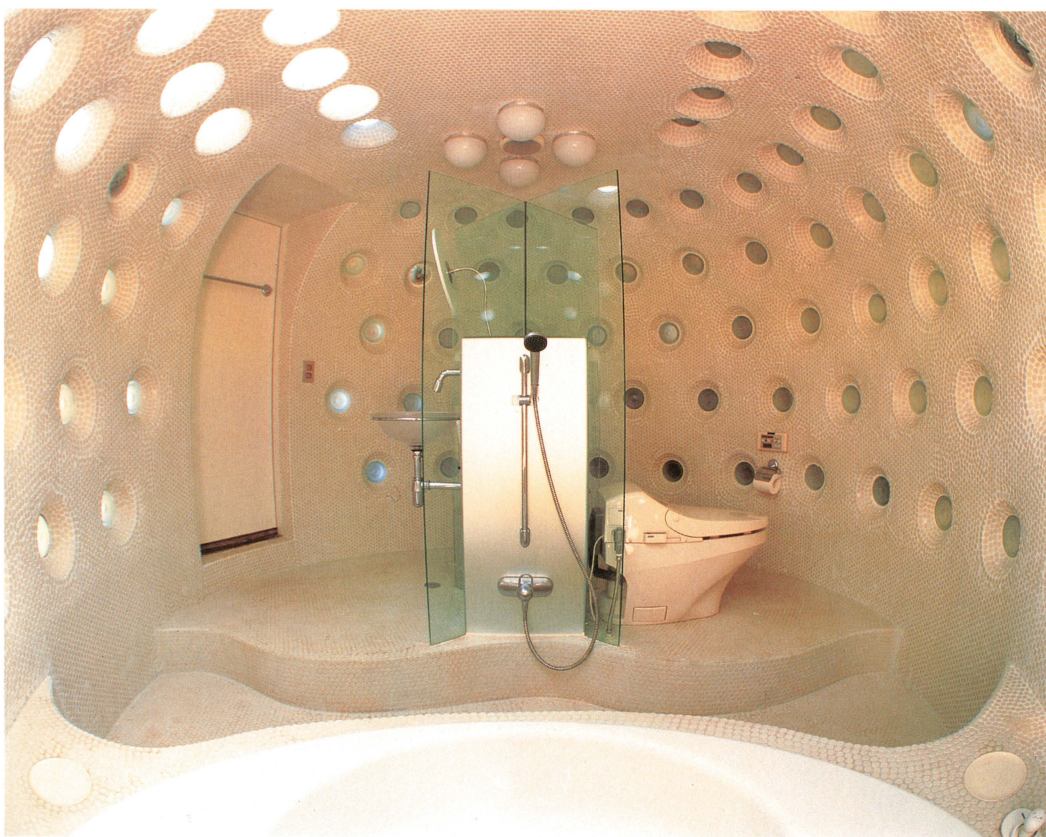
それはまるで胃や腸の身体内部のような印象を与えるが、

「身体の一部に似せてつくったというより、壁を膨らませて仕込むだとか、間接照明にする、といった法則だけを決めて、幾何学的な方法でやってみると、結果的にそういう有機的な形に似てくる。トポロジーとかフラクタルといった、自然現象のなかの幾何学のようなものをつくっているのかもしれない」（牛田）。

そんな独特の空間感覚は実験的な意識の反転から始まったのだという。

「四角いかたまりの空間を合わせていくといった足し算ではなく、引き算で考えてみた。最初から区切られた壁がソリッドだとするのではなく、そこを人間の動きに合わせてくりぬいていく。チーズを虫がかじっていくように。すると、くりぬかれたものが一つの空間となって、残りの空間がソリッドなものになる。これは一種の空間と身体の関係の反転で、無意識でいたことを意識してみるという、意識の、そして意味の反転にもつながっていく。そしてその空間はランドスケープといった広がりへと発展していく。周囲の丘との調和といった環境との関係。その一部としての建築を考えていますから。建築を形式にとらわれたりして限定してしまうと隣の家とヒサシの高さを合わせるような、そこにある空間のレヴェ

●上――上から見たトラス・ウォールハウス。撮影＝木田勝久
●左――フィンドレイ氏が撮影したイメージ写真。内と外がつながっているような共通の空間感覚

●下――地上から見下ろした「soft and hairy house」（筑波市）の全体観　撮影＝木田勝久
●左――フィンドレイ氏が撮影したイメージ写真。この家に住む3人の家族の姿。上の写真の配置と対称になっている。中央のまるい部分が卵である子供を意味する

●上──事務所風景。天井からこれまでの作品のモデルがぶらさがっている不思議な雰囲気だ　撮影＝桜井ただひさ
●下右──フィンドレイ氏が大切にしている、アーバン・シチュエイショニストについて書かれた本、『An endless adventure an endless passion, an endless passion』。生活の中に、何か刺激するようなものをおくことで、人の感覚をこすり、考えるきっかけを与えるという言葉通り、表紙は、こするためのヤスリでできている
●下左──牛田英作、キャサリン・フィンドレイ両氏

●この見開き「soft and hairy house」はサルバドール・ダリが残した「未来の建築は柔らかくて毛深いものになるだろう」という言葉のような家を、というクライアントの要望をもとにつくられた
●右――光に水が満たされるような浴室。ドアはフェイク・ファーがついて触覚で感じられる
●左――卵型のシェルターである浴室を囲んで　撮影=木田勝久

ルに合わせていくことしか考えなくなってしまうことが多い」（牛田）。

彼らの考えは、どれも内部的な、根源的なことから、社会や意識といったとてつもなく大きいところへと広がっていく。時間という要素に関しても、

「たとえば前作では、時間になると壁の窓から朝日が入る。それが電車が通ると遮られてマバタキをする。時間の動きとともに光の表情が変化する。ここでは光は時間のような存在になり、建築は受け皿のようにそれを含むのです。「soft and hairy house」ではダイニングには朝の光があたるように、といったことを考えて配置しています。そして同時に大きな時間軸、建築の寿命も考えています。残っていくものとなくなっていくものだとか」（フィンドレイ）。

さて、二人という特殊な形式で活動しているが、

「メッシュのようにいろいろなものを通して、ミックスする。男、女、日本、イギリスというように二人の違う部分が広がりを生むのかもしれない。コンビネーションは複雑な時代に合っているし」（フィンドレイ）。

そんな二人が今後やってみたい分野は、

「インターメディアでアートとかパフォーマンスをやる美術館のようなものだとか、もっとパブリックなものもやってみたい。集合住宅もいい」（牛田・フィンドレイ）。

「つねにクリティカルであること」、「建築というものの責任は建てたら終わり、というものではない」、「社会とやみくもにけんかするのではなく『ユーモア』というエッセンスを混ぜて、刺激し、挑発していく」……そんな言葉を聞いていると、建築というものを通じて彼らが試みているのは、もっと大きなカルチュア・ムーヴメントなのだと気づく。その作品たちは今日も私たちをアジテイトし続ける。フィックスされた制度を、分野を壊して、もっともっと自由にものを考えよう、と。

［編集部］

⦿うしだえいさく――一九五四年東京生。東京大学工学部建築学科卒。七六年から八三年まで磯崎新アトリエ、RICHARD ROGERS PARTNERSHIPに勤務。八六年にキャサリン・フィンドレイと共にウシダ・フィンドレイ・パートナーシップ設立。九三年にトラス・ウォール・ハウスを設計、そこでのアートイヴェントでも話題になる。九四年にはsoft and hairy houseを設計。
⦿キャサリン・フィンドレイ――一九五〇年スコットランド生。アーキテクチュアル・アソシエーション卒業。七六年から八三年文部省給費留学生として東京大学工学系大学院建築学科修士過程、磯崎新アトリエ勤務。八五年英国王立建築家協会会員。八六年以降は牛田氏を参照。
連絡先=東京都品川区北品川五―一二―一五―四〇二　〒一四一　☎03-3440-4609

リキテックス アーティストインタヴュー……⑫

ヨコハマの風を受ける、スピード&ソウルの即興感

LIQUITEX
Artist Interview ⑫
熊谷弘道
Hiromichi Kumagai

菅野美香＝文
text by Kanno Mika
桜井ただひさ＝写真
photo by Tadahisa Sakurai

新進のイラストレーター、熊谷弘道さんの仕事場は横浜にある。埠頭の辺りや倉庫の並ぶ、無機的な風景がとくに気に入っているという。撮影も、よく散歩している埠頭の先っぽに、作品を持ち込むというのは彼のアイディア。

この日のために描き上げた作品のタイトルは「ノーポイント」。十五枚の小さなパネルに、鮮やかな色使いと力強いタッチでピストルと人物を描いてくれた。

「最近、拳銃の事件が多いでしょ。そんなことをちょっと考えていたんで。〝人を撃ったってポイントにはならないよ〟っていうメッセージをこめて。小さいパネルにしたのも、バラバラっていうイメージを出したかったからです」と語ってくれた。

熊谷さんの仕事は大きく分けて三つのタイプに分けられる。ドローイング、立体オブジェ、写真がその主な活動だ。いままでに四回行なった個展でも、この三つの分野の作品を発表して好評だったという。また、個展のオープニングパーティーではライヴペインティングも試みた。

「会場にあらゆる色を持っていって、その場の雰囲気とインスピレーションでモチーフを決め、ガラス板に描いたんですよ。ぽこっと自分の中から出てきたものをすぐ描くっていうのがいい」。

アイデアが生まれてから、仕上げてしまうまでは早いほう。だからチューブから出してすぐに使える濃度になっているリキテックスは愛用の道具だ。乾燥が早いので、考えるのと同じスピードで描いていけるのがいいという。

「乾くのを待っているとか、定着するのを待っているのはダメなんですよ。自分の勢いやテンションがその間に下がっちゃって、思ったのと違う仕上がりになるでしょ。道具のせいで自分が止められるのは嫌ですね」。

熊谷さんが大事にする〝スピード感〟を、そのまま画面にとどめるためにリキテックスは、欠かすことのできないものだ。鮮やかな色をそのまま組み合わせたいから、混色はしない。カタログで好きな色を選んでから購入するのが常だという。イメージに浮かんだ通りのきれいな色を、画面に直接のせてぶつけ合って描くのが、熊谷さんのやり方だ。

現在は、次の個展に向けての構想を練っているところ。今度はどんなものを提示していくか、思案中だという。

「カッコよくいうと、常に自分の〝ソウル〟から来るものを表現したいなと思っているんですが。ぼくがいろいろなものをつくり始めたのは、自分の部屋に飾るためのものがたまたま人の目に触れるようになったから。でも、何度も個展をしているうちに、最近はアートについていろいろ考えますね。どう進んでいけばいいんだろう。ただ鑑賞されるためのものなのか、もっとメッセージ性の高いものを創っていけばいいのか、悩むところです」。

ダイナミックな作品を生み出す若きアーチストの素顔の奥に、アートの未来について考察する真摯な姿がみえかくれする。未知数を探っていく次なる挑戦が楽しみだ。

⦿くまがいひろみち――一九六七年福島県生。九〇年バンタンデザイン研究所ファッションビジネス学部ファッションコーディネーター科卒。九一年と九二年にハイパークリティカルギャラリーにて個展。九三年にEXギャラリーにて個展。クラブ・ゴールドの壁面ペインティングのほか、福島市アピタのウインドー・ディスプレイやポスターをレギュラーで手がけるなど

連絡先＝神奈川県横浜市南区唐沢七五　サニーヒル75　二〇一号　〒二三二　☎045-251-8401

【特別記事】トレンドセッターの仕事

未来のトレンドを予測する目

リドヴィ・エデルコート｜Lidewij Edelkoort

⦿リドヴィ・エデルコート——オランダ生。1971年アンヘルム・アート・アカデミー卒業後、百貨店のコーディネイターとなる。75年パリに移住、スティリストとして活動を開始。81年個人のスティリストオフィス設立。86年トレンドユニオン設立。91年個人オフィスを正式に「STUDIO LIDEWIJ EDELKOORT S.A」として活動を拡大。テキスタイル関連の公的機関においてオピニオンリーダーとなる。とくにプルミエール・ヴィジョン（年に2回行われるEC圏最大のテキスタイルの展示会）におけるプレゼンテーションは、その質の高さで常に注目を集めている。個人オフィスとして、フィリップス、IWS、エスティーローダー、ランコム等を顧客にコンサルティング業務をするかたわら、アムステルダムのデザイン学校「AIVE」の教授も勤める。

企画・取材＝
清水早苗
Sanae Shimizu

＊この項撮影＝桜井ただひさ

「トレンドセッター」という言葉をご存知だろうか。シーズンに先駆け，流行の動向を予測する人物である。トレンドセッターによる予測は生地メーカー，服飾メーカー，スポーツウェアのメーカーなどファッション業界はもちろん，家電，自動車など工業製品を送り出すメーカーの製品企画に大きな影響を与える。
パリに本拠地を置く，トレンドユニオン（TREND UNION）は，ヨーロッパを始め世界にトレンドを発信する，複数のトレンドセッターの集合体。年に2回そのシーズンの動向を「トレンドブック」と呼ばれるブック形式にして，会員（会員制のクラブ組織となっている）に対して発表する。
エデルコート女史はこのトレンドユニオンの設立者であり，昨年イギリスの『THE FACE』誌が特集した，いま，ファッション界にもっとも影響力を持つ「ファッション業界の100人」の中にもランキングされた人物。日本国内の会員のために開かれるセミナー「トレンドユニオンフォーラム」のために昨年12月に来日した機会に，今後のデザイン界の動向をメインのテーマにインタヴューを試みた。

「トレンドユニオン」は八年前にエデルコート女史が中心になり、彼女の周囲にいたデザイナーやスタイリストが集まりスタートした組織。代表である彼女のほかに、テキスタイル素材、色、メンズファッション、インテリアデザインなど、それぞれの専門分野で豊富な知識を持つスペシャリスト十名のメンバーで構成されている。

＊

——トレンドユニオンをスタートさせたきっかけを教えて下さい。

◎八年前にスタートした当時はすでに、トレンドをつくる会社は他にも存在していたのですが、そのどれをとってもシンプルすぎるというか、いわゆる今年のトレンドはこうですよ、だからこういうことをしなさい、という形式のものでした。私のつくりたかったのはデザイナーの人と同じ位のポジショニング、対等に話のできる存在になりたかったのです。

——みなさんそれぞれの方法で時代を捉えるという仕事をされているのだと思いますが、今回はリドヴィさんの時代を捉える方法といったものをお伺いしたいのですが。

◎私たちのやっている仕事は、未来の考古学とでも言えるでしょうか。いま現在はいろんな破片が散らばっている状態で、それを組み合わせることによって将来が見えてくる、といったようなことです。その破片は誰でも見えていることですけど、形にして見える……その能力はたぶん私が授かったものだと思います。その破片の間に糊をつけていく、それが私のやっている作業なんです。その破片というのはある日、出会った素材かもしれないし、ないしは映画の一場面であったり、ないしはこういった会話の中の一言であったりするのです。まだ形のないもので、形を表現することになりますので、完璧な形にはなりませんが、私たちの顧客は私たちのつくったものをみることで、将来を想像することができます。

——つねにアンテナを伸ばしていると思いますが、どんな分野に注目しているんですか？　たとえばアートとか。

◎確かに社会やいろんな文化を進めるにあたって、アートは力を持っていると思います。でも、このところを見ていると私たちの生活がアートに追いついてしまったように思います。ただし、中国人のアーティストで、まだメジャーになっていない非常にコンセプチュアルなアートをつくっている人などには興味がありますね。もちろん音楽の中にもあります。ジャズや新しい音楽、たとえばいま最新のジャングル（注）やテクノミュージックですね。私自身の趣味ではないのですが、影響力は強いと思います。

——企業が送り出す、現段階のデザインに関して、どのように捉えていらっしゃいますか？

◎すごく変化していますね。機能だけを売るのは、もちろん過去の話です。フィリップスですとか、ソニー、シャープといった名前がついていれば、その性能や安全性について消費者は十分に認識しています。問題はその後に来る付加価値です。現在、消費者が求めている付加価値というのは、もっとエモーショナルなものではないでしょうか。言い換えると、ひとつのもの、そのもの自体が魂、オーラのようなものを持っていて、抱きしめたくなるようなオブジェであることです。消費者とコミュニケーションを取れるデザインであることが重要なのではないでしょうか。単純なまとめ方もあるでしょうし、洗練されたかたちにする方法もあるでしょう、時代のトレンドを加味することもあるでしょうが、とにかく大切なことは商品が生きている、人間のような魂を持っていて、それを感じる、受け取れる商品であることです。そして材料のリサイクル問題

だけでなく、素材のタッチが重要なことになって来るでしょう。ものすごく柔らかいタッチを持たねばいけない、ということです。そういった面ではいろんな種類のクラシックなものが出てきそうですね。IDの未来を考えたときには、やる仕事が山ほどあると思います。デザイナーの人たちが、いままでとは違った形での表現もできるし、違った目的の表現もできるでしょう。あとは大きな企業がそういったデザイナーが、自由な表現ができるように内部の組織づくりを整えることが必要でしょう。でも最近はかなり状況が変化しています。たとえばフィリップスがアレッシーと組んで、製品づくりが始まっていることを見れば、案外早くそれも実現するかも知れません。

――日本企業はその点どのように見えますか。

◎日本の企業には「早くジャケットを取り替えてほしい」という感じでですね。テクノロジーの開発は大切ですが、その点は日本は心配する必要はありません。それよりも企業そのものの形態を心配すべきです。あまりにもコチコチで、もっとファンキーさを取り入れる部分がないと難しいですね。またもうひとつは、いい物でおもしろいものを、うまく売る、という才能に欠けているような気がします。プロモーションですね、打ち出し方が下手なんです。でも、まだ日本はいいほうかもしれません。アメリカとかヨーロッパは、たとえば、こういった商品を売るにはこういった人たちと、といったパートナー選びひとつとっても本当にだめなのです。

――リドヴィさんはいまや日本の服飾メーカーの企画担当者にも大きな影響を与えています。以上のような点を、日本のファッションの分野に当てはめるとどうでしょう。

◎日本のファッションの業界はうまくやっていると思いますよ。日本の著名なデザイナーは、何がどうアピールするかを良く分かって仕事をしていますから、彼らの名前はヨーロッパでも本当によく知れ渡っていますしね。秋に終わったパリコレ（95年春夏）も日本人デザイナーがいなければ悲惨な内容でした。

――日本のビッグ3（川久保玲、三宅一生、山本耀司）がクリエイティヴだということは良く言われますが、それ以外の日本人のデザイナーの海外での評価というのは気になるところなんですけど。

◎私自身は、小さな若い会社が出てきて結構おもしろいと思っています。日本にも私はよく来るのですが、六か月前にあったブランドがもうなくなっているということが結構あったりしますが。ファンキーで面白いのがあって、かつ動きがあります。あと最近の日本の市場というと、紀子様、雅子様の二人のご成婚ブームがありましたね。私はここで、皇室がどうのこうの、と言いたいんじゃないのですけど、あのブームが日本のファッション業界にはすごいダメージでしたね（笑）。それまで弱気になっていて、クラシックな路線を進めていた服飾メーカーが、そろそろそこから変化しなければならない、と思いだした矢先にあのブームが起こってしまって、結果的にはまたクラシックな方向に逆戻りしてしまったのです。変化しなければいけない時に変化しなかったんです。だから、もう少し雅子様にも、ダイアナ妃のように大人の装いをしていただきたいですね。メディアに対してもあれほど素晴らしい影響力をお持ちなのだから……。たぶんイッセイミヤケの服を着られたら、絶対お似合いになると思いますよ。お美しいですし。

――ファッションデザインとほかのデザイン分野とのかかわりをどのように思われますか？

◎確実に言えるのは、みんな同じ流れに乗っていて、同じ時代の影響を受けています。シンプルな例を挙げると、ある時期、すべてのものが軽さを求めていました。タイポグラフィも細い線で縦長のフォルム、かつ間隔のあいたスペーシーなもので、線の色も見えるか見えないかの薄いものでした。ファッションは透けるトランスペアレントな素材が多用されました。これら、全体をまとめてその共通項というのは軽さの表現でした。いま新しい時代を迎えてもっとこれからは重くなると思います。ほんとに重くてどっしりした、ヴォリューム感があるものです。たとえば新しい家具なんかは、すごく巨大なヴォリューム感です。ファッションですと前よりも目付のしっかりした重たい素材になってきます。ワンピースをコート生地くらいの素材でつくるとか。タイポグラフィでもひとつひとつの字がゴロッとしたもの。

●上――トレンドユニオンの会員に提供されるカラーブック。そのシーズン注目される色の組み合わせが提示されている。カラーブックに添えられた生地見本は、切りとって使用できるようにつくられている
●下――96年春夏のトレンドがつまっているトレンドブック[右]とカラーブック[左]。真ん中に開いてあるのは付録のミニブック。トレンドブックはひとつずつ手づくりされている。その中身は次の見開きで

●昨年12月8日東京・表参道のスパイラルホールで行なわれたトレンドユニオンフォーラムのセミナーの模様。ファッション業界を始め、さまざまな企業の企画担当者およそ200人が受講した。セミナーではブックで提示されるイメージのさらに細かいニュアンスや意味をリドヴィ女史の説明で知ることができる
写真提供=伊藤忠ファッションシステム

J'ai choisi une PERLE comme image clef de la saison.
Née d'une rencontre entre terre et mer, entre minéral et animal, entre coquille rugueuse et intérieur nacré, la perle s'habille par un procédé chimique inégalé d'une couche magique de nacre, avec une surface lisse et satinée, avec un jeu de coloris entre les gris et les blancs, avec des nuances de pastels d'une profondeur unique qui attire l'homme et le séduit depuis des millénaires. **J**e vois cette saison à l'image de la perle, entre sable et mer, entre ciel et terre, entre lisse et rugueux, entre réaliste et romantique, entre l'Est et l'Ouest, entre naïf et savant, entre pur et dur .... ***enjoy!***

I have chosen the PEARL as the key image of the season.
*Born of a meeting between sea and earth, between animal and mineral, between a rough, rugged exterior and a smooth, nacreous interior, pearls come into being through a unique chemical process. The result is magical layers of mother of pearl with a smooth satin surface, a play of colours that ranges from grey to white, with nuances of pastels that give a fantastic depth that has attracted and seduced man for thousands of years. I see this season in the image of the pearl: between sand and sea, heaven and earth, realism and romanticism, East and West, naive and knowledgeable, pur et dur... **enjoy!***

Lidewij Edelkoort

ENTRE DEUX CULTURES

BETWEEN TWO CULTURES

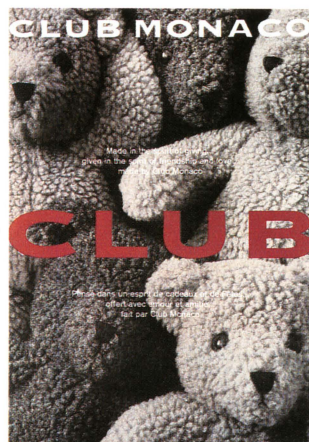
●上――96春夏のキーイメージは「真珠」。陸と海、鉱物とアニマル、ごつごつの外殻と滑らかで光沢のある内殻の間で生まれるパールは、遠い昔から人を魅了してきた。リアリズムとロマンティシズム、西と東、ピュアと堅固……それが今シーズンのイメージだ

●中――「シノワズリー・ノスタルジア」。ここ数シーズン、西洋人はその生活様式の中でアジアから多くの影響を受けているが、今シーズンの「ノスタルジー」は、着彩されたモノクロ写真のモデルのようなデリケートなイメージだ。デコラティヴな素材、中国服のフォルムに注目

●下――「部族とクラブ」。ストリートや音楽による影響が大きい世代では、エスニックのイメージがおもしろい方向へと変化してきている。風刺画に登場するカリカチュアライズされたビジネスマンのような装いへの願望は、ポジティヴな人生への憧れを表現しているようだ

●上——「ビトウィーン・ネイチュア・アンド・カルチュア」。篭編み細工など、自然から与えられた素材をつくり替え、自然を進化させることは人間の欲求の必然性を象徴する。ストローハット、籐椅子などは、パナマ帽のような平織りや、もっと複雑な織り編み素材の重要性を示唆する

●中——「フロム・ビギニング・トゥ・エンド」。女性は誰しも自分の子供時代のお気に入りの服の思い出がある。ライフスタイルの中での「ナイーヴ感」が重視され続けている中、ポプリン、ピケ、チンツ等の可愛いコットンドレスは生涯つきあえる存在であると再確認できる

●下——「エキゾティック・アンド・ファンクショナル」。ここ数年、女性はあまりにも「女らしく」装うことに走りすぎたのではないか。その反動のきざしが見えはじめている。内面に女性らしさを秘めつつ、世界を自分なりの方法で征服するため、いま女性たちは戦う準備ができている

写真表現もベースが白っぽく軽さを表現したものではなく、黒っぽい重みのあるものです。建築、グラフィック、ファッション、モデルのチョイス、全部時の流れの上に同じ方向を向いているし、ひとつのアンサンブルなのです。

――いままでたとえば広告など、なんでも非常にタテ割りの状態だったと思うんです。それがひとつになる必要を、リドヴィさんの仕事をみてとくに感じました。

◎みなさんそう思いだしているようです。いまの時代というのは、みなさん周りにあるもの全部をひとつのグルーヴだと考えて、食べるもの、香り、なんでも共通項でとらえて、自分の周りに集めていっています。

――手がけられた「ジョイス」のカタログで『West meets East』というテーマがありましたね。アートの世界でも、ファッションの世界でも日本が与えている影響、以前はジャポニスムという表層の部分でしたが、いまもう少し深い意味で影響を与えているのではないでしょうか。

◎日本とヨーロッパは昔から表面的なことだけじゃなく、影響を受け合っていたのです。たとえばモネとかゴッホは日本の版画から影響を受けているのです。建築ではライトも日本の建築から大きな影響を受けています。それは一九五〇―六〇年代のことですが、またここでそういうことが起き始めているというひとつの要素としては、アジアが経済的にも強いということもベースにあるかも知れません。たぶんヨーロッパの人たちがアジアの影響を受けたいと思う時というのは、ヨーロッパがガタガタになった時、それをもう一度構築しようという時にアジアの影響をとり入れようとしているのではないでしょうか。たとえば着物を考えると、着物の素材はすごくデコラティヴですが、そのフォルムはシンプルですね。チャイナドレスも素材はすごくゴテゴテしていても形はシンプルなんです。ヨーロッパの発想ではマテリアルがデコラティヴなら、シルエットもゴテゴテする。トゥーマッチな感じになります。しかし、この世紀末の時代になるともっとバランスの取れたものを捜したくなる。そうした時にアジアに目を向けるというのがヨーロッパの目だと思います。またテクノロジーの分野でも、いろんなものが進んでいるということが、たぶん新しい未来、時代を考える時に、アジアをベースに考えさせるのではないでしょうか。本当に周りを見ていても、一般の人たちがヨガに興味を持っていたり、布団が売れていたりとか、中国のウォック（鍋）で料理をする人が増えていたり、スチームの料理を食べたり、お箸を使ったり、お茶を飲んだり、本当に一般的に浸透しているし、どんな面でも影響を受けています。それを考えてアナライズしていくと、日本でデザインされているものは日本的じゃないデザインですね。たとえば陶器にしても何にしても、世界的に売れているものは日本的な要素を含んだものです。でもいま新しい日本のプロダクツ、ウォークマンを見ても、掃除機を見ても、車を見ても日本的な要素はまったく窺えません。

――その点でいままで日本はひたすら西洋に憧れて、西洋に近付きたい一心だった訳ですけど、それは日本の中だけなら良かったのですが、世界という視点から見た場合、何かコメントをいただけますか。

◎ひとつ例を挙げて説明しますと、私のトレンドユニオンのオフィスで使っている椅子があるんです。椅子ですからもともとは西洋のものですけど、日本の大阪にある小さなバーの椅子がすごく気にいってしまって、メーカーを調べて、パリからオーダーしたんですよ。すごく洗練されていてエレガントなんです。シンプルな椅子ですけど、日本的なデザインになされていて、一目見てこれは絶対ヨーロッパ人以外のデザイナーだな、というデザインなんです。コンセントレートされた日本的な要素を持っている。お見せできないのが残念ですけど。日本という国は、中国から来た漢字を自分たちで消化し、カナという全然違った形を生み出して自分のものにしてしまっているし、政治にしても中国大陸から来た形式を自分の文化に取り入れている。そういうことにかけて天性の才能をもっています。あとは自分自身に集中して日本の意味をもう一度考えて、日本人なりの見せ方を進化させていって欲しいですね。外から来たものを日本的に自分の文化で考えてやっていけば、日本人には絶対可能なはずです。

――本日は貴重なお話をありがとうございました。

［一九九四年十二月十日　東京青山・ウラクでインタヴュー］

＊トレンドユニオンその他についての問い合わせは、伊藤忠ファッションシステム・情報フォーラム☎03-3497-8650まで

●スタジオ・リドヴィ・エデルコートが制作した、カナダのブランド「CLUB MONACO」（アメリカでいえば「GAP」にあたる）のカタログ。表紙のテディベアは、エデルコート女史が8年前からその流行を予測していた　1994

●香港にある、プレステージの高いブティック「JOYCE」もエデルコート女史にカタログ制作を依頼した。双子の素人モデルを起用し、おのずと出てくる人間の個の問題がテーマとなった　1994

●「JOYCE」のためのポスター。これからの消費者は、コラージュのような（トータルコーディネートではなく）買い方、着方をするというのがコンセプト。人物の体の各部位は、異なったアーティストの手で制作され、最後にコラージュされている　1994

PANTONE 13-0758

PANTONE 16-1462

PANTONE 16-2124

PANTONE 16-3416

PANTONE 16-6240

PANTONE 19-3737

PANTONE 14-4203

What do an oyster, a pomegranate, a musical box, the Villa of the Mysteries, the Blue Mosque, the Frog Prince, fashion and design have in common at the moment? – The surprise is on the inside. The outside can be drab, dull or weathered, it can be low key and camouflaged, even deliberately deceptive, but once you open it up and get to see the inside, you enter another world, another experience. The desire for contrast has many motives. It can be secretive – needing to keep something to yourself; it can be emotional – wanting to keep feelings from being hurt; it can be protective – hiding the special, the valuable or the frail from the predator; or it can just be playful – the fun of tricking, the pleasure of surprising, the joy of unwrapping a package to find the present inside. Whatever the motive, designers of clothing, ceramics, stationary, furnishings, leather, accessories and even cars are seeking to add value to the total product by designing the inside with as much, if not more, care than the outside. They do it by construction, lining or using double faced materials; they do it by playing on contrasts of colour, the sober on the outside, the spectacular on the inside; they do it by playing the matt and dull against the glazed and shiny; they do it by setting texture against texture, the rough with the smooth, the hairy with the sleek; they do it by marrying the unmarriable, naturals with synthetics, plastics with ramies or linens. Whatever the aim, whatever the method, the result is always the same – the immense excitement of discovering a secret.

HIDDEN INSIDE

photography **Guido Mocafico**

The numbers indicated on the following pages are all from the PANTONE® TEXTILE Colour System. Process colour reproduction on this and the following pages in this chapter may not match PANTONE® identified colour standards. Refer to current PANTONE® TEXTILE Colour System publications for the accurate colour.

●トレンドユニオンが主に企業を対象にしたもの（質量とも高いレヴェルだが高価）であるのに対し、「個人のデザイナーでも手に入れられ、私たちのハウツーを伝えられるもの」を目的としてつくられている雑誌『ヴュー・オン・カラー（VIEW ON COLOR）』。年二回の発行、オフセット印刷だが、ヴィジュアルのクオリティ、ところどころ挟みこまれたカラーサンプルなど、トレンドブックに引けを取らない内容。エデルコート女史は編集者兼共同経営者として雑誌の出版にも携わる

【……アトリエの扉をあけて⑦……】

ようこそ、斉藤好和商店へ!

斉藤好和
Yoshikazu Saito

「斉藤好和商店」という名前。一体何の店だろう? これがイラストレーターの事務所だとは誰も思わないだろう。そんなユーモアあふれる斉藤さんの作品は立体イラスト。初めて耳にする人も多いかもしれないこの言葉だが、最初はポスターの背景づくりから端を発したという発泡スチロールでつくる背景と、ラドールという粘土でつくる人形を中心に構成される。そこからディスプレイやCMのためたくさんの物語が生まれる。アトリエには粘土を乾燥させるためのトースターや材料を熱線で切るための機械もあり、不思議な雰囲気。発泡スチロールを削る平和な音が聞こえてくる。

作品の中でも普遍的なモチーフであるジャングルや木は、どことなくルソーのような、プリミティヴで幻想的な印象もあたえる。

「以前は平面のカット的なものを描いたりしていました。その引き出しをいまはちょっと閉じているのですが。最近の作品は〝かわいい〟と言われることが多いのですが、意識しているわけではなく、以前のいろいろなものが出ている部分もあるし、それが受け手にどう受け止められるかお任せ、という感じです」。

つるりとしたフォルムにつける独特のおいしそうな色にはターナーのネオカラー。

「フラットで、粗雑な感じのどろ絵具といった気分でどんどん使える。よく使う色は自分で調合しておいて〝みどり1〟といった風に番号をつけておいて、足りなくなったときにすぐ使えるように常備してあります」。

先日の個展では、小さな箱にそれぞれの場面をつくり、いくつも組み合わせて大きな一つの作品になる、というメモリーボックスのコラージュのような大きな箱が出展された。中学時代(野球少年だったという!)や高校時代とともに現在、そして未来のつまった箱も登場した。小さな箱一つ一つにはタイトルがつけられるような思い入れがつまっている。

「これからも仕事に加えて個展も年に一度はやっていきたいと思っています。やっぱり自分の自由な創作のようなものをはきだす場がないと」。

この個展を機会にまた違った面も出していきたいという斉藤さん。新しい引き出しに何が入っているのか、「斉藤好和商店」の今後の展開がいまから楽しみだ。 [編集部]

桜井ただひさ＝写真
photographs by Tadahisa Sakurai

Yoshikazu Saito

1962年東京生。80年武蔵野美術大学造形学部視覚伝達デザイン科卒。
北見隆氏のアシスタントを経て82年に独立。日本グラフィック展、日本イラストレーション展ほかに入選。
ジャパンゴルフフェアのポスターや各種TVコマーシャルやディスプレイでも活躍するかたわら、武蔵野美術大学で非常勤講師も勤める。
前頁の作品は1994年11月「IN MY POCKET」展(スペースユイ)の出展作品より。
連絡先＝東京都武蔵野市中町2-6-2（有）斉藤好和商店　〒180　☎0422-52-3478

インダストリアルデザインをめぐる手技と感情

梅田晴郎
Haruo Umeda

デザインに関して最近出会ったことが頭の中で三つ巴になっている。「セルシオ」のモデルチェンジ、「富山デザインウェーブ'94」、そして月刊『マルコポーロ』（文芸春秋社）十二月号の「コンパクトセダンの車名当てクイズ」である。

私の所属するトヨタ自動車は先日セルシオをモデルチェンジした。「変化をもとめず、深化をめざす」をコンセプトに、デザイン、エンジニアリングを全面的にレヴェルアップした。表層的な変り映えを避けて深化させたことを外形デザインが象徴している。「進化」はハードに重きがあるが「深化」はソフトであり、文化的全体性である。

エンジニアリングでも数値で表せないソフトの領域にエネルギーを注いだ。たとえばエンジン音。初代セルシオは世界でいちばん静かな車と言われたが、それゆえにスピードの実感にやや欠けていた。その静かさをさらに追求するのではなく、心地良いエンジンの音が遠くから聞こえてくるような音のデザインが総合的になされている。

トヨタは二年前の九月に開発部門の大幅な組織改革を実施した。組織をスリム化して一人ひとりの仕事の領域を拡大したのである。新型セルシオ開発ではその効果が出せたと思う。

これまでトヨタは効率化のために分業化を進めてきた。しかし、その弊害が顕著になってきたことが、この改革の動機である。社内でも「いいサスペンションをつくろうという人はいても、いい車をつくろうという人がいなくなった」との声があった。つまり、細分化されたその道のプロの集団となっていたのである。個々の最適化は必ずしも全体の最適化につながらなかった。

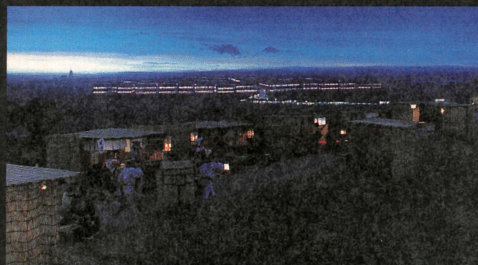
こうしたモノづくりの全体性について「モノ」で考えさせられたのが十一月に開催された「富山デザインウェーブ'94」である。クラフト・コンペ展とインダストリアルデザイン・コンペ展が同時に開催され、両者を比較して観ることができた。そこでＩＤデザイナーとしてショックを受けたのは、ＩＤ展の展示物があまり語りかけてこないことであった。

ＩＤはコンセプト、図面、モデル、つまりイメージのみの展示であり、クラフト作品の〝実物〟の存在感にはとても対抗できないのはわかる。しかし、それだけではない……クラフトの〝使う人を確実にイメージしたモノづくり〟と大量生産を前提としたがゆえに〝使う人が見えていないモノづくり〟に差があるのではないか……つまり過度の「分業化」により自分の仕事の意味を意識することが稀薄になっているのではないか……。

そうしたところに知人より『マルコポーロ』十二月号に掲載された「国産コンパクトセダンの車名当てクイズ」を突きつけられた。十二車種のサイドヴューの写真と車名を結び付けるそのクイズがスイスイとはいかなかったのは何とも情けなかった。周りのカーデザイナーも大同小異。

解説ではデザインの類似性を「市場調査と会議の積み重ねの結果」とし、「このあたりのクルマを買うにあたっては、もはやデザインや性能の比較で選ぶのは意味がない」と言い切られてしまっていた。

だからといってデザインや性能はどうでもイイというわけではなく、事実どの車のレヴェルも高い。

各車に特徴があったといわれている六、七〇年代の国産車と比較すると、デザインの技術的レヴェルの向上は著しい。しかし、当時は買うときにドキドキしながらA車とB車を比較したであろうし、デザイナーもいまより情熱を持ってデザインと格闘していたように思う。もうそんな時代じゃない、と身をかわすわけにはいかない。

「デザインによって人びとの生活や意識を変えよう！」とした近代デザインの理念を思い出し、自分の仕事の意味性をいま一度認識すべきである。

〝人間の求める豊かさ〟を全体性から追求したモノづくり。情熱をもってデザインに取り組める組織・システムの構築、たとえば〝脱分業化〟。話題の「リ・エンジニアリング」も脱分業化方向での仕事のやり方の見直しであろう。

魅力あるモノは〝楽しんでつくった〟というオーラを発している。これをクラフト展の作品からとくに感じたということを最後につけ加えておきたい。

［トヨタ自動車東京デザイン部次長］

●上――トヨタ「セルシオ」のカタログより。ノイズをできるだけ快適な音に近づけることで、数値以上に「心安らぐ静けさ」をデザイン
●下――『マルコポーロ』（文藝春秋）十二月号の「サルマネクリエイター天国」より、「どれがジョディのシビックで、どれが鈴木杏樹のファミリアだ?」。苦笑いしたカーデザイナーは多いはず

●昨年11月3—7日まで開催された、「工芸都市高岡'94 クラフト展」の会場風景とグランプリ作品「そりのある木の花器」（臼杵春芳作）

design scape

●映画「写楽」より[2点とも]

INDEX

日本初の国産デジタル合成が写楽二百年の眠りを覚ます

designscape
FILM

●右 —— 浅葉克己氏デザインのポスター
イラストは奥村靫正氏

新宿駅西口の地下街などで、「写楽」のポスターがはりめぐらされているのに目をみはった人も多いと思う。急ぎ足で進む人びとの雑踏にしばしば分け目を刻む地下通路の柱という柱に、桃色のグラデーションの利いた色面と、少しキッチュな登場人物たちの似顔絵、そして〈写楽〉の文字が出現する。九十年代の半ばを告げる新年の到来とともに、多くの人びとの脳裏に新しい世紀のイメージが閃きはじめた今日の雑踏。それらを尻目に、方々の斜を向いた登場人物たちの目の集積は、まるで、「てやんでい。あー、しゃらくせっ！」とでもかわしているかのようで妙に印象的だった。

浅葉克己デザイン、奥村靫正イラストによるこのポスターは、おなじみ俳優のフランキー堺氏が、研究と構想を重ねてついに念願の映画化を達成した「写楽」のポスターである。映画づくりのきっかけは、故川島雄三監督が映画「幕末太陽傳」の成功の後に堺氏に語った、写楽をとりまく世界の魅力とそれを描いた未完の映画「寛政太陽傳」についての話だったという。川島監督の死後三十年の間、堺氏が入念に温めてきた力作である。

こうした彼の呼びかけに応じて集まったスタッフの顔触れをみると、「心中天網島」や「瀬戸内少年野球団」の監督篠田正浩氏（監督）、ヘラルド・エースの設立者原正人氏（プロデュース）、デザイン界では、タイポグラフィ界の第一人者でもあるAD浅葉克己氏（美術）、「ウルトラマン」など実相寺昭雄監督作品や鈴木清順監督作品などで特撮美術を手がける池谷仙克（のりよし）氏（美術）、演劇界を中心に国際的に活躍する舞台美術の代表格朝倉摂氏（衣装・ヘアデザイン）など。

デザイナーの顔ぶれをみればわかりの通り、ヴィジュアル面への力の入れ方は注目される。衣装とヘアデザインに対しても、自らの考証研究の力量を発揮した朝倉摂氏の試みを初め、（朝倉氏は全編の考証スタッフも兼任）、「考証によるリアルさと浮世絵のデフォルメされたイメージの中間のテイストを意識した」（監督補・鯉渕優氏）という。

具体的には制作・技術面で二つの大きな試みがなされた。ひとつは撮影スタジオ。

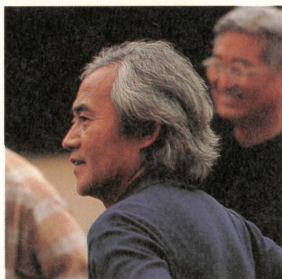
「うずまさ映画村などの既存のスタジオでは、撮影の方法論が確立しているから似通ったイメージに仕上がる。だから今回は、広島県みろくの里に専用のスタジオをつくり、池谷氏のアイディアで、蔦屋界隈と吉原の遊郭のオープンセットを十字に組んで撮影した」と鯉渕氏。このオリジナルスタジオでは、たとえば、十三メートルの鉄柱に特設したカメラで、上下三段階のカメラ目線で同一の風景を撮影して合成する新技術などが採用された。鑑賞中には気付かない人も多いと思うが、従来型の撮影方法では届かない視界が部分部分に仕組まれている。遠景から近景まで江戸のエレメントをくまなくみせる工夫だ。

もうひとつはデジタル合成。

「江戸時代の雰囲気を十分に引き出すために、浮世絵にある俯瞰した風景、江戸の町と富士山が同時に見える広い風景を表現したかった。いままでの時代劇では、百五十メートルのモンタージュがせいぜいでしたが、イマジカのDショ

●映画「写楽」より
●右上 —— 朝倉摂さんによる衣装デザインのスケッチ。今回、朝倉さんは、衣装とヘアデザイン全般を担当した

〈写楽参上200年を記念したポスターデザイン展を2月17日～3月5日、渋谷・パルコギャラリーで開催予定。詳しくはP142参照〉

●撮影中の池谷仙克氏[右]、浅葉克己氏[下左]、朝倉摂氏[下右]

●撮影風景。中央が篠田監督 「写楽」は新春第2弾作品として松竹・東急洋画系にて全国一斉公開される

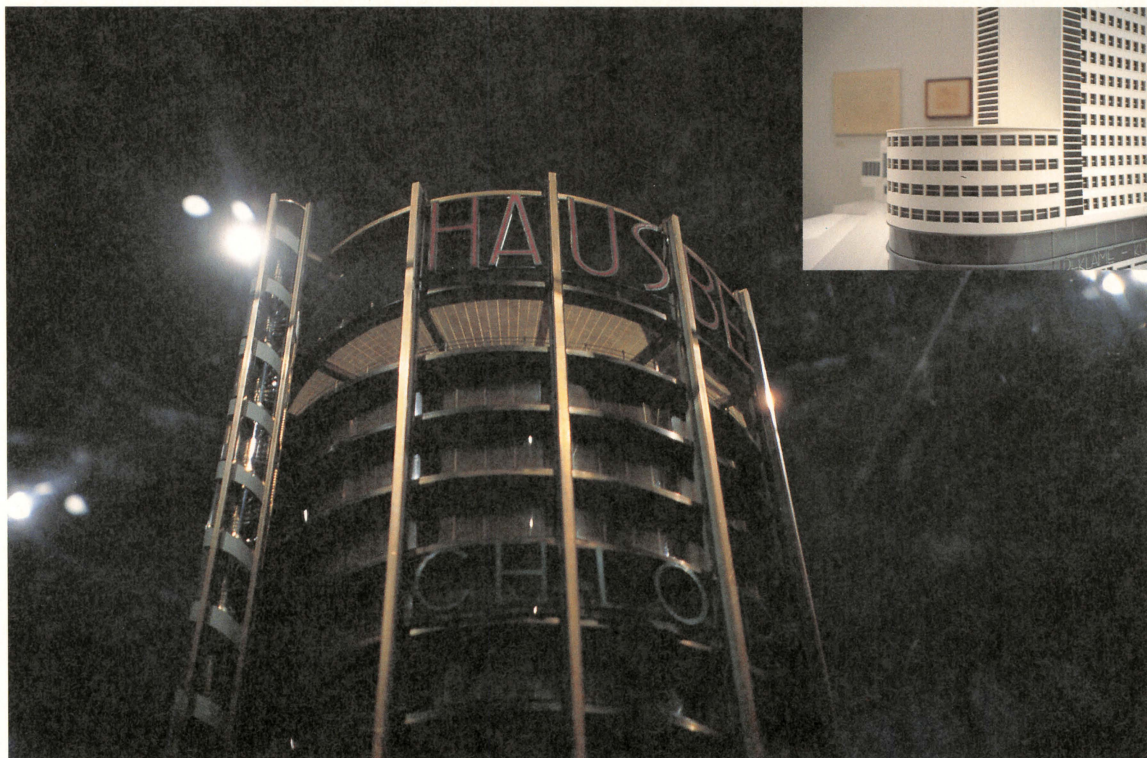
ップのスタッフと共同で研究した国内初のデジタル合成により二キロや三キロ先まで続く光景を見せています」と鯉渕氏。これにより、大道芸人が通る日本堤の土手の背後に吉原が茫洋と現われたり、永澤俊矢扮する鉄蔵（葛飾北斎）が障子を開けると美しい赤富士が浮かび上がるといった優麗な映像が完成した。

ところで、「浮世絵のグラデーション」にこだわった全体のヴィジュアル・ディレクションを担当し、CGを用いた襖絵や、店先の文字デザインなども手がけた浅葉氏は、篠田監督から「現代の写楽」として抜擢されたとか。

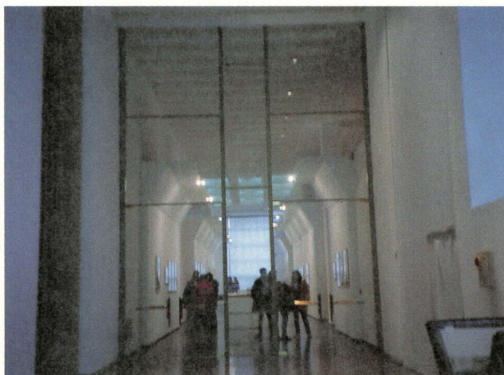
「自分の中の世界を描く画家と違って、庶民の欲望を表現する浮世絵師はある意味でわれわれADの先輩だから、その辺で監督がそんなことを言ったんだと思います。それに彼らの制作方法は汗まみれの手仕事で、だからこそ作品にエネルギーを感じるんですが、烏口で一ミリに十本線を引くようなぼくのやりかたと、精神の研ぎかたの部分で通じると思う。今後はぜひ、もっとヴィジュアル主導の監督の立場であの時代を表現したいですね」と浅葉氏。

江戸の寛政期、わずか十か月で百四十余点の浮世絵を残して消えた写楽。彼の奇怪な絵画世界のエネルギーに魅了された多くの人びとによる写楽探しはこれから先も絶えないだろう。さまざまなスタッフが思い思いのイメージを集積させてつくりあげたこの映画。出現二百年の関連イヴェントと共に楽しみたい。

編集部

●右 —— 映画「写楽」より。日本初の国内デジタル合成により、浮世絵独特の、近景から遠景にかけてのグラデーションを表現
●下 —— 少数のエキストラを3回に分けて撮影し、3倍の人数にデジタル合成している

●右上――エリッヒ・メンデルゾーン(Erich Mendersohn)　ベルリンのフリードリヒシュトラーセの高層建築コンペ参加作品　1929
●上――ルックハルト(Luckhardt)兄弟　ハウス・ベルリン　1929

designscape
FROM MILANO

新装トリエンナーレの表現主義建築展

ガエ・アウレンティによって一階部分の内装を改修していたパラッツオ・ダルテ(別称トリエンナーレ。三年に一度ずつ開かれる大規模な建築展トリエンナーレの会場にあてられてきたために、トリエンナーレとも呼ばれる)が、ようやく工事を終え、新たな組織の下に、活発に各種の企画が実施されようとしている。

そのこけら落としとして、現在開催されているのが「表現主義とその新たな現実」という題名の建築展である。フランクフルトのドイツ建築博物館とニューヨークの近代美術館の協力の下に、『ドムス』誌編集長のヴィットリオ・マニャゴ・ランプニャニ他一名によって監修されたものだ。

表現主義から、それを封じる動きをすることになる合理主義へ、そして合理主義が世界に広まってインターナショナル・スタイルへと移り変わっていく今世紀初頭のヨーロッパの建築の流れを浮き彫りにした内容である。

「創造は霊感に基づく」と信じられていた表現主義の時代。建築は機能のみならず感性全体に訴えかけるものであるべきとし、胎内への回帰を意味する洞、空虚と静寂、そして力強さを意味するクリスタル(水晶)の幾何学形態など、心理学を取り込んだシンボリックなフォルムを適用したのが表現主義建築であった。ブルーノ・タウトのガラスの家(一九一四年)を初めとして、続くメンデルゾーンのアインシュタインの塔(一九二一年)の石膏の模型やルックハルト兄弟による建築家の家(一九二一年)のスケッチなどは、濃厚な宗教観や内面性を漂わせたもの。モニュメンタルな存在感にも充ちている。

そのメンデルゾーンやルックハルト兄弟、ミース・ファン・デル・ローエなどが、一九二七年頃から始まるベルリンの都市化の波に押されて、それまでのロマンチシズムとも呼びうる精神性をすっぽりと取り去り、「合理主義」とのちに名づけられる現実的な解決を図った高層建築の提案を始める。そのスタイルは、さらに純化され、増加しつつあった市民のための住まいとして応用されていき、のちにインターナショナル・スタイルと呼ばれるようになる。魂に重きを置いたドイツ表現主義が、時代の変化に対応して軽やかに変身していくさまが、同展を通じて理解できる。とくにファン・デル・ローエとメンデルゾーンのスケッチの力強いタッチが見事だ。

建築の歴史を振り返ったポストモダンの時代が去ったいま、表現主義建築は、近(現)代建築の起源を探る方向性のなかで新たなヒントとなるかもしれないことを暗示している。

●改装されたトリエンナーレことパラッツォ・ダルテの展示空間

矢島みゆき◎在ミラノ
デザインジャーナリスト

技術とファンタジーの融合

designscape
FROM MILANO

毎回、実験的な作品を発表しつづけていることで有名な「アビターレ・イル・テンポ」展が、今年もイタリアのヴェローナで開催された。

家具見本市としては、世界最大のミラノ・サローネに対抗すべく、各メーカーの製品の見本市の他に、メーカーとデザイナーによる実験的な作品が展示される。

サローネでは、各メーカーが新作を発表するのに対し、こちらはメーカーとデザイナーの共同作業によるオリジナリティを強くアピールすることを特色としており、それが効を奏して、いまではこの「アビターレ・イル・テンポ」を見るために、世界中から人びとが集まって来るほどになった。

多くの製品がより機械化された工場から製品化されるのに対し、先細りになりつつある伝統的な職人芸を生かし、新しいハンディクラフトの可能性を模索しているこの展示会は、結果おのずとアーティスティックな作品が多くなる。

たとえば、アンブロージョ・ポッツィ(Ambrogio Pozzi)による、陶器と大理石のテーブルウェアのシリーズは、典型的な「アビターレ・イル・テンポ」スタイルといえよう。テーブルウェアとしての機能を保持しつつ、自由で楽しい形を与えている。同氏は、通常は大量生産を目的とした典型的なプロダクトデザイナーとして活躍しているが、機械化され尽くした工場ゆえに、アイディアはよいが生産不可能だったものなどを、この展示会で実現させている。また、このハンドメイドの製品が、次の大量生産へのヒントになるという相乗効果もある。

メーカーの技術力とデザイナーのファンタジーのドッキングにより、オリジナリティの高いものをつくりながら、次の時代のデザインの流れを模索するという、実験的環境、そのなかでの厳しい競争があるかぎり、イタリアンデザインは、今後もつねに世界のデザインシーンをリードしていくことだろう。

天野忠夫◎在ミラノ
インテリアデザイナー

●右——アンブロージョ・ポッツィのデザインによる大理石の器「Tartaruga Gigante」タム(TAM)社
●左——同じくポッツィのデザインによる陶器「バットマン1(BATMAN 1)」 ヴェローナ社 1994 いずれもアビターレ・イル・テンポに出品されたもの

思い出を込めた"がらくた"のジュエリー

designscape
FROM AMS.

デルフト市に住むジュエリーデザイナーで画廊も経営するローラ・バッカー(一九五四年生)は、十一月にパートナーのゲール・ブッケンシュタインとともに、トリッツ・シエラーデン画廊の十周年記念展を開催した。同画廊は、ジュエリーと工芸の分野で、オランダで五本の指に入る画廊である。今回の展覧会は、ローラ・バッカーの十周年記念展でもあった。

海岸や浜辺から集めた貝殻、石、プラスチックやガラスなど、変わった素材を利用した彼女の作品は、金属をつかった他の作品にくらべて、かなりの注目を浴びていた。

海辺で集めたものを使うようになったのは、八三年のタイへの旅行がきっかけだったという。旅行中、浜辺で、貝殻や木の破片、磨かれた石などを拾い集めてジュエリーづくりを試み、帰国後もそうした簡単な材料での作品づくりを続けるようになった。たとえば食後に残るムール貝の殻の首飾りなどである。

自然素材と平行して、金、鉄、銅、チタニウム、タンタリウムなどの針金を平たくたたき、スパイラルやジグザグ、カーブなど、簡単な形をつなげたり、重ねたり、または巻きつけたりしてつくった作品も試みていた。

九二年からは、平行したふたつの流れがひとつとなり、金属をベースに、貝殻やガラス、プラスチックの破片などを使った一連の作品が誕生している。

彼女によれば、浜辺に打ち上げられたゴミにもお国柄があるそうだ。フランスの海岸からはワインボトルの緑色のガラス、スペインからはビール瓶の茶色のガラス。そしてなぜか青いガラスは、スコットランドの北海岸でしか見つからない。観光が盛んなサモス島では、残念ながらプラスチックのみだ。

子供のころ、デン・ハーグの海辺で拾った貝殻も、彼女は作品に使っている。たいがいの人にとっては、浜辺にうち寄せられたものは、ゴミやがらくたでしかない。でもバッカーに拾われたがらくたは、夏休みの思い出を込めた美しいジュエリーとして生まれ変わる。

廣川覚子◎在アムステルダム
デザインジャーナリスト

●上——ローラ・バッカー(Laura Bakker)のデザインによる、枯れ葉の首飾り 1984 10年たったいまも使える
●下——同じくバッカーのデザインによる、ムール貝の首飾り 1984 長い間石鹸水に貝をつけてからつくったので、臭わない

designscape
FASHION

着る人にダイレクト発信
菱沼良樹のファッションショー

ユニークなファッションショー「YOSHIKI HISHI-NUMA Spring/Summer Collection」が昨年の十二月二日、閉店後のラフォーレ原宿全館を会場にして開催された。主催は菱沼アソシエイツとラフォーレ原宿。作品は昨年十月にパリコレクションで発表されたものに新たに再新作を加えた約百点。それを素人も含め、約百人ものモデルが着用し、館内を駆けめぐるというものだった。

パリコレクションへの参加も五回目を迎え、期待される若手デザイナーのひとり、菱沼良樹は「パリコレクションは世界のバイヤーやジャーナリストが集まるビジネスの世界。東京では服を買ってくれる一般の人を対象にし、入場料八百円を払えば誰でも見ることができるショーをやりたかった」と話す。そして入場料収入の全額を「国境なき医師団」を通してルワンダ難民救済のための医療費および食料費として寄付することへと発展した。

「ニューズウィークに前から広告が出ていた。アフリカが好きだから、人ごとではない感じがしていて、前から何かできないかと思っていた」。そして「海外に出ると日本は、日本のなかさえよければいい、自分さえよければ、世界なんか関係ないという発想だと、つくづく感じる」とも。

結果としては、六千七百枚のチケットが売れ、入場者五千人にのぼった。

流行とはまったく関係なく、衣料品という感覚で服づくりをしているという。また、「いまは人間により密着しているもの、生活に使うものに興味がある」という菱沼は、ものづくりの確かな視点をつかんでいるようだ。その視点はショーを見に来た若者たちの心をも代弁しているのではないだろうか。

清水早苗
ファッションディレクター

●菱沼良樹95春夏パリ・コレクションより。今回のコレクションテーマは「花と植物」
撮影=Guy Marineau

●12月12日閉店後のラフォーレ原宿の通路・階段は5000人の観客と100名のモデルに乗っ取られた!

●菱沼良樹95春夏パリ・コレクションより。「辻が花」を現代化した絞り染め、ベルベットを溶かす等、過去と未来が一体となったカラフルなコレクションだった
撮影=Guy Marineau

21世紀の必需品 防止のための帽子

designscape
FROM PARIS

パリ郊外にも東京でいえば晴海のような見本市会場がいくつかあって、常にさまざまな催しが開かれている。そういう場所へ出かけてさすがフランスと思うのは、たとえばヨットやモーターボートの展示会で、アニエスb.やカステル・バジャック等のヨットウェア・ショーがあったり、それが本来まったくクリエイションとは関係ないものでも、なにかしらそうしたエッセンスを組み込もうとしていること。

十一月半ば、ル・ブルジェ会場で開かれた「国際プロテクション見本市」は、環境汚染や衝撃や職業上の危険など、外界からのもろもろの攻撃から身を守る素材、プロダクツを紹介するものだった。防毒マスクや八百度の熱に耐える手袋など、テクノロジックな製品が並ぶなか、異彩を放っていたのが、「CASA MODA」のスタンド。

これは、ともすればパラドックスになりがちな現代社会とクリエイションの共存をテーマに活動する組織で、クリエイターたちにはそうした意識喚起を、メーカーにはエステティックに対する見直しを提案している。前回の同見本市でクリエイターによる作業着展を行ない、評判をとった彼らは、今回少し趣向を変えて環境の攻撃をシャットアウトする帽子展を企画。

マリテ&フランソワ・ジルボーやオリヴィエ・ギルマンなど若手注目ファッションデザイナーを始め、帽子作家、コスチュームデザイナー、彫刻家など二十一人による二十九の作品が展示された。防音材を使用、空気を入れて膨らませる安眠枕+アンチ衝撃クッション帽、防塵マスクつき頭巾など、二十一世紀の人類に必要な帽子のアイディアがいろいろ集まった。

桜井みどり◎在パリ
デザインジャーナリスト

●上——「アンドロメダ」 デザインおよび制作は桜井みどり。紫外線防止効果の高いステンレス加工の素材を使用した、天候から身を守る帽子。左右に丸めてあるつばを横に広げると日差しをシャットアウトでき、下に伸ばすと寒さや風を防げる。素材提供は鈴寅
撮影=Cécile Régeard

●「JORKER」 デザインおよび制作はRebecca Campeau。「どんな場合にもOK」という意味のタイトルが示すとおり、防塵マスク、耳栓、サングラスが、自在に動く〝腕〟の先端についている 撮影=Cécile Régeard

禅寺の地下で繰り広げられた究極の「ミニマル・パフォーマンス」

designscape
STAGE

東長寺の地下にあるP3は、都内に数あるイヴェントスペースの中でも異色だ。納骨堂のような不思議な沈黙を持つ空間で、毎回「おや」と思わせるようなパフォーマンスや展覧会を企画するのだ。

その静かな禅的空間が、俗世の悦楽(!・)に占拠された。昨年十一月の公演「ル・キャバレ・ミニマリスト」。お酒を楽しみながらのパフォーマンスショーで、フランスから五人と「ダム・タイプ」のメンバーら日本人三人が参加した。

細長い舞台と、それを囲む銀の丸テーブル。各パフォーマーに与えられた時間は十分程度と、ミニマルな時空間だ。

舞台が明転する中、黒服の女性二人がモデルのように前進して、手を前へ突き出す。その手の平が真っ黒なのを見て初めて、彼女らの上半身は裸で、服だと思っていたのは黒ペンキだと気づく。だがその曲線美も揺れる乳房も、バービー人形のようにチャーミングで、歪んだ好奇心は入り込む隙もない。

微笑む唇のフィルム。褐色のお尻をコケティッシュに震わせるロングドレスの女性。女装のシャンソン歌手。沈黙の空間は次第にいとおしさと笑いに満たされていく。

観客同士のおしゃべりやクスクス笑いが心地好い色気を生むもうひとつの要素であることは間違いない。もし従来通り同一方向に椅子が並ぶ席だったなら、観客は舞台上を見つめ続けただろうが、隣人の表情を見ることもできず、とまどった笑いを浮かべるしかないのだ。これは、「見せられる」演出を最小限に押さえつつ、「見る」という自由で自発的な視点を最大限に取り込んだ成功例だ。

渡辺尚子◎フリーライター

●フィナーレで全員集合。この後、客席のテーブルの間をねり歩く 撮影=大森克己

安藤忠雄の最新美術館建築
サントリーミュージアム［天保山］

designscape
ARCHITECTURE

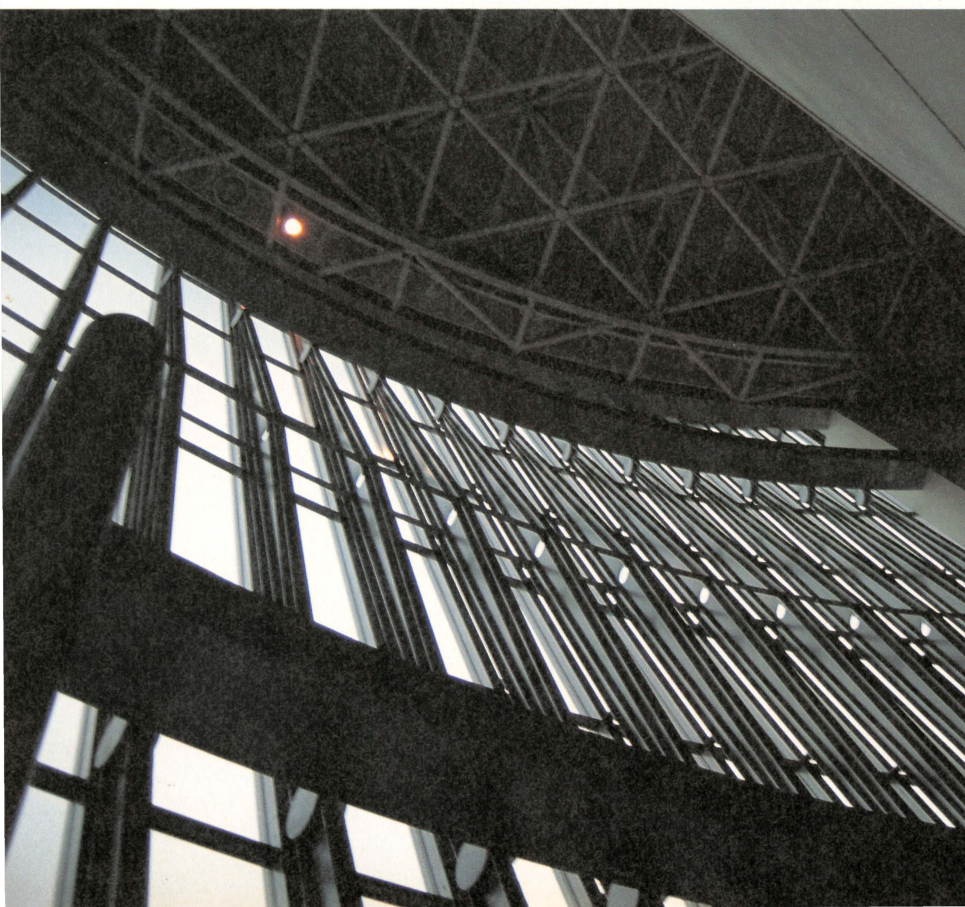
再開発の進む大阪市港区のウォーターフロント。一九九〇年七月にはケンブリッジ セブン アソシエイツの設計で、世界最大級の水槽を持つ「海遊館」が完成し、そして昨年十一月には、その南側に安藤忠雄設計の「サントリーミュージアム［天保山］」が完成した。この新しいデザインミュージアムは、安藤がインスピレーションで描いた力強く大胆なスケッチがそのまま建築になってしまったような印象をもつ。球を抱いた逆円錐形のドラムから二つの直方体が海に向かって伸びている。建築物というよりは、ミニマリズムのアート作品のようであり、海側からの視点を意識したランドマークになっている。

「基本的には、海を生活の場に取り戻したかった。前には海の広場があり、海の上に劇場をつくるような感じで、海と一体となった美術館をつくった。ここには海と太陽という、力強い自然がある。それを原初的な幾何学的形態で受け止められないだろうか。そして美術館は海を取り込んで自然と空間的に対話し、ＩＭＡＸシアターでは人工的なものと対話するように計画した」と安藤はいう。

海に突き出たふたつの直方体は、それぞれ「ギャラリー」と「レストラン」になっている。また、最上階には展望ラウンジが設けられ、逆円錐形の中には入れ子になった球形劇場（ＩＭＡＸシアター）が収まり、球の中に二〇×二八メートルの大画面が入っている。現在、その画面を使用して、「ブルーオアシス」という3D映画が上演され、海の中を散策しているようなヴァーチャル・リアリティを体験できる。エンターテインメントとしてのこの複合施設は、海と切り離された生活をしている市民のためのリフレッシュ装置になっている。

建物を重力から解放させ、親しみやすい単純な形を組み合わせたこの建築は、美術館の旧来の重厚なイメージから脱し、それ自体が都市造形（アーバンアート）へと昇華しているかのように見える。水平線が広がる荒涼とした風景の中に極端に抽象的な形態を置くことによって、テンションをつくり、ハイタッチな場に変えている。スピード感のある安藤のスケッチが、それを饒舌に物語っている。

鈴木紀慶◎エディター

●上——安藤忠雄の手によるサントリーミュージアムの構想スケッチ
●右——海側よりミュージアムを望む

●上——ギャラリー展示風景。同ミュージアムはポスターとガラス工芸品、8000点を収蔵しており、それらコレクションを中心に「生活のなかのアートとデザイン」をテーマにした企画展を随時行なっていく予定
●下——逆円錐形の中にいれられた球形劇場IMAXシアターの外側に立ち、天井を見上げる
撮影＝鈴木紀慶
＊サントリーミュージアム［天保山］の問い合わせは☎06-577-0001まで

designscape
BICYCLE

輸入十年目にして初の国内ミーティング MINIの足まわりをもつ アレックス・モールトンのバイシクル

秋も深まった昨年の十一月六日、八ヶ岳は原村ペンションビレッジにおいてアレックス・モールトン・バイシクルのオーナーズミーティングが開かれた。アレックス・モールトンといえば、英国の名車MINIのサスペンション設計者として有名だが、個人的なライフワークとして一九六二年以来自転車の改良に取り組んでおり、日本にも少数ながら熱烈なファンがいる（ちなみに筆者もその一人だ）。

生身の人間を動力源とした移動マシンに対する効率の追求から、ミニサイクルコンセプトを生み出すにいたった氏は、自らの工房でつくり出される革新的なデザインの自転車を「Mini wheeled full-size bicycle（小径ホイールの普通車）」と呼ぶ。

本来、小径ホイールは転がりや抵抗の面で不利だが、それをレーサー並みの高圧タイアで克服。マウンテンバイクが注目するずっと以前から本格的なサスペンションシステムを装備し、乗り心地との両立も図られていた（このリアサスペンションが、MINIと同じラバーコーン方式なのだ）。

表面的なアイディアのみを真似て買物自転車をつくり出した日本のメーカーとは裏腹に、モールトンが目指したのは一級のレーシングバイシクルであり、一九八六年には51mph（時速81・6km）の世界記録を樹立している（この記録はその後も破られていない）。

フレームはレーシングカーにも使われるレイノルズ531合金製（最近、上位モデル向けに航空機用のステンレス素材が加わった）であり、パテントデザインのスペースフレームは簡単に二分割が可能。車のトランクなどへの収納も考えられているあたりに設計者の素性が見え隠れする。

ミーティングでは国内各地から約五十台が集合し、新たに発表された廉価版（英国パシュレイ社製）も展示された。電動化などへの対応は？ との筆者の問いに、補助動力としては電気モーターではなく、模型などに使われるごく少排気量の内燃機関の搭載が考えられる、との答えが興味深かった。

メディアインテグレーター 大谷和利

●上――アレックス・モールトン10周年と博士の来日を記念したスペシャル・モデル「JUBILEE'L」 定価=フレーム・キット=580,000円/完成車=700,000円 発売元=ダイナベクター ☎03-3861-4341
●右――モールトン氏（右）とデザイナー（左）。貴族にして博士でもあるモールトン氏は、74才とは思えないヴァイタリティでいまもAMバイシクルの改良に取り組んでいる

designscape
FROM LONDON

カフェ＆インターネットの未来型サロン「CYBERIA」

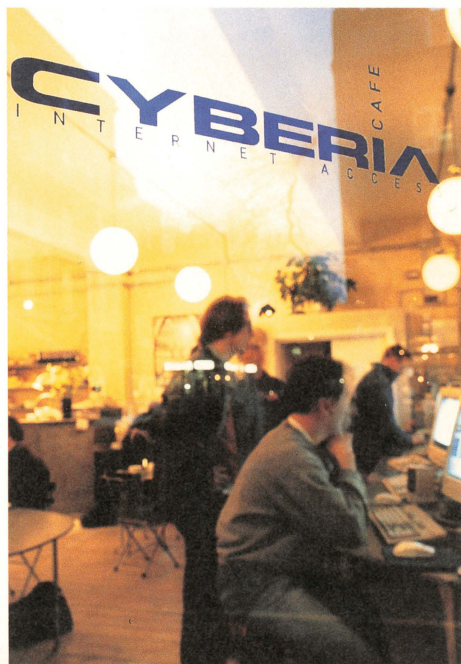
セントラル・ロンドンでは新しいスポットが次々と出現し、大きな広告戦略はなくても口コミで話題になっていく。トッテンナム・コート・ロードの裏手の一角に昨年秋にオープンしたインターネット・カフェ「CYBERIA(サイベリア)」もそのひとつ。コンピュータを使用している人はもちろん、そうでない人たちでも気軽に立ち寄れるこのカフェは、とても快適な空間で、ホットなミーティング・プレイスになっている。お茶をするのはもちろん、サイドに並ぶコンピュータに気軽に触れられ、いま話題のインターネットワークの無限の情報にタッチすることができる。

インターネットワークでは、たとえば、「マウンテンバイク」という項目を開くと、それについての世界中の著書、次回のレース予定、情報紙の連絡先、ニューモデル情報など、こと細かく調べることができる。こうしたあらゆるジャンルの身近な情報が得られる上、インターネットワークに参加した世界中の情報が、毎日増えていくのである。

「サイベリア」はほかに、意見交換したりディスカッションしたりする、エレクトリックマガジンといわれる環境のセットアップをサポートしている。たとえば、いまイギリスで話題になっている「刑事裁判法案」について、ネットワーク上でディスカッションの場をたちあげることにより、世界中の誰でもがこのマガジンの内容にアクセスし、リアルタイムで議論を展開できるものである。

すべての人が予算なしでこうしたシステムに参加できるサイバーカフェは世界中で次々と拠点を増やしていて、フランチャイズ計画も進行中。まったく新しいビジネスの形態といえよう。

「サイベリア」内はすでに二十一世紀になりつつある。

三宅由希子◎在ロンドン
グラフィックデザイナー

●すっかりロンドンのトレンドとなったインターネットカフェ「CYBERIA」の風景 撮影＝米田知子
ADDRESS/39 WHITFIELD STREET,LONDON W1 ☎071-209-0983

designscape
PHOTO

ハーブ・リッツが撮る「アフリカ」

衣料からはじまって食など、ドレスダウンしてゆく風潮の中で、なにか肌に合わないと感じている人間も多いはずだ。八〇年代をグラマラスに決めてきたファッション写真家ならば、なおのことだろう。久しぶりに名前を聞くハーブ・リッツは、そのもっとも代表的な人物であるといえるかもしれない。

前作は「悪名高い(あるいは匿名性の)」という、まるで自分のために付けたかのようなタイトルを持った「ノートリアス」という印象的なセレブリティ・ポートレイトだったが、今度は一転してアフリカをテーマに選んだ。一昨年末のクリスマス休暇で旅行したアフリカを気に入り、昨年の六月に集中的に撮影したという。

良い悪いはともかくとして、写真の一枚一枚から、ハリウッドのパワーゲームとコントロール・フリークの臭いをぷんぷんさせていた彼だが、一転して、今度のアフリカは嘘みたいにヌケている。あのリッツが首を絡み合わせたキリンを撮ったり(これは彼の最高傑作)、ブレボケで突進してくるサイを撮ったり(駄作)するとは、誰が想像しただろうか。しかも、彼が撮ると現地の女性たちが、トップモデルのように洗練されて見える。この写真集と開催中の個展をパーフェクトという人は少ないだろうが、やっと変わろうという気になった彼の姿は、またいままでになくシャープでもある。

「被写体に助けられている」というおおかたの厳しい意見を今度こそ覆すことができただろうか？

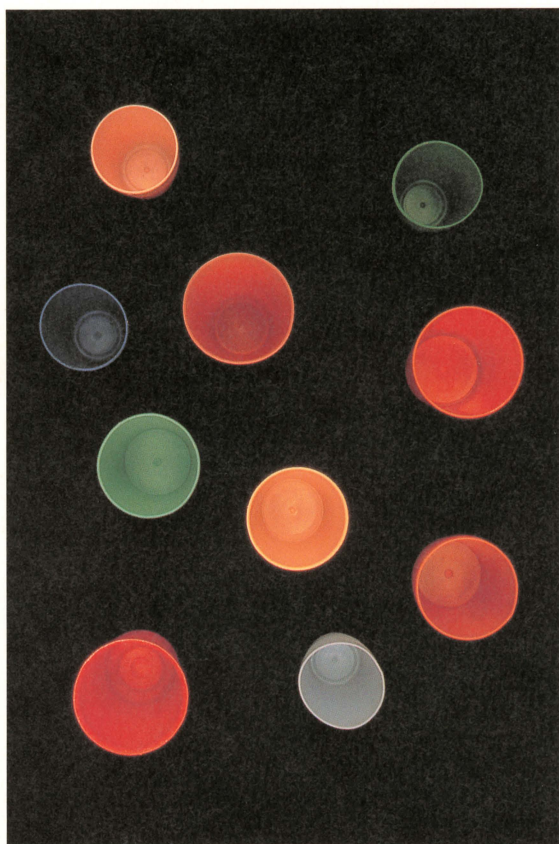
高橋周平◎写真評論家

Herb Ritts
[Africa]
Malaika-Profile-Manyara Salt Lake, 1993
©Herb Ritts

Herb Ritts
[Africa]
Black Rhinoceros, 1993
©Herb Ritts

*「ハーブ・リッツ アフリカ」展は東京・渋谷パルコ パート1 八階のパルコギャラリー ☎03-3477-5873で二月十五日まで開催中

designscape
FROM LONDON

ソリッドな写真表現が新鮮な リチャード・コールディコットの近作

©Richard Caldicott

リチャード・コールディコットの日常のオブジェを撮った作品は、九〇年代の新しい写真表現のひとつとしてギャラリー等のファインアート系のイヴェントをはじめ、写真界、イラストレーション界、グラフィックデザイン界等、さまざまな分野で高く評価されている。彼の用いるオブジェは、日常的なささいなものであり、それらはタッパーウェアや古本であったり、ランプシェード、トイレットペーパーなど、あえて書くのもバカバカしく感じられるほどのあたりまえのものである。これらのオブジェが、二色、三色に分割されたシンプルなバックグランドの前に置かれたとたんに、フェティッシュな魅力を帯びて定着される。彼は、身のまわりのオブジェの中にアイロニーやポエムを見つけだしながら、しかし、それらに神話を与えることを強く拒み、ハイアートやカルチュアへと生まれ変わらせる。

コールディコットは、一九八四年にロンドンのミドルセックス工芸大学でファインアートコースを終了した後、八七年にロイヤル・カレッジ・オブ・アート（RCA）のイラストレーションコースに在籍して、写真、ビデオ、オーディオ・ヴィジュアル等、さまざまなメディアを使用した作品を制作し、卒業後、キヤノンのリサーチプログラム要員としてRCAに残り、カラーコピーの可能性を追求しながら、それを利用した実験的な作品を多数制作している。キヤノンにより日本で開催された「オリジナル・コピーズ」展一九九〇では、カラーコピーを使用したオリジナル作品を発表したほか、カタログカヴァーのイラストレーションも手がけている。また、マルチメディアによる実験的なビデオを、ピクシーズ等のジャケット写真で有名なサイモン・ラベラースティエとのコラボレーションにより、多数制作している。また、ギャラリーでの活動としては、ロンドンをはじめ、イギリス各地、ニューヨーク、デュッセルドルフ等のファインアート系のギャラリーで展覧会を経験している。

この、さまざまな領域をクロスオーヴァーした幅広い活動の結果に対して、いろいろな分野のオファー、クライアントが彼のもとに集っている。すべてをあげるとページがなくなってしまうほどだが、たとえば、雑誌では『THE FACE』、『NEW SCIENTIST』、『FREEZE』、『VOGUE』、『PENGUIN』をはじめ多数、ほかにもさまざまなデザイン会社が彼の作品を使用している。最近の目立った活動をみると、ヴォーン・オリヴァーのデザイン・ワークによるラッシュのレコード・ジャケットはとくに傑出したものだった。街頭ポスターに使用された、赤と黒の二色のバックグランドにレモンを撮影した写真作品は、ヴォーン・オリヴァーのピクトグラム風のタイポグラフィとマッチして、通行人の目を引いていた。ラッシュがファースト・チャートを獲得したのもグラフィックに負うところが大きいであろう。

現在進行しているのはICAのカタログプロジェクトであるが、デザインは、『EYE』マガジンのグラフィックデザイナー、スティーヴン・コーツによるもので、どんな作品が誕生するか楽しみである。

「WHERE? WHAT? WHO WITH? ……」。さまざまな仲間に囲まれたコールディコットの周辺には、いま、何が起ころうとしているのかわからないが、注目のクリエイターのひとりであるのは確実である。

三宅由希子◎在ロンドン
グラフィックデザイナー

©Richard Caldicott

●上——写真作品より。「Combination No.2」1994
●中——写真作品より。「Untitled」1994
●右——Lushの12インチ・レコードジャケットより「Split」2枚（4AD）。リチャード・コールディコット（写真）とヴォーン・オリヴァー（デザイン）によるコラボレーション

ADDRESS/RICHARD CALDICOTT
58 CROWN LANE,SURREY SM4 5BU,ENGLAND ☎081-542-4618

インタラクティヴィティを再定義
CD-ROMジャーナル『BLAM!』

designscape
COMPUTER

●モノクロ&ローテク、しかし絶えず読者を挑発するしかけに満ちた『BLAM!』。どの収録作品も抜群のセンスとパワーでまとめあげられている。『i-D』誌からニューヨークのギャラリーまで、一流、無名を取り混ぜたスポンサーがついている点も注目される　定価=4500円　発売元=ボイジャー・ジャパン　☎03-5467-4646

designscape

CG

オール3D CGアニメ「サイボーグ花ちゃん」

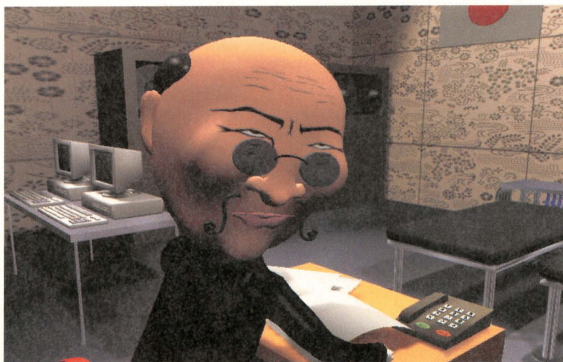
年の瀬も押し詰まった一九九四年の十一月末の夜、NHK衛星第一放送でひっそりとその番組は始まった。放映時間は五分。「サイボーグ花ちゃん」と題されたその番組では、頭がでかい、アホな子どもサイボーグが、良い者も悪い者も見境なく、得意の「指差し」でがんがん破壊していく。おまけにオール3DのCGアニメである。いわゆるCGがひたすらわけの分からない「ハイパー」な方向へ向かっている中で、この映像はとても分かりやすく、しかも変だ。とくにキャラクターの造形がしびれるほどにいい。

誰が監督したのか、私はよーく知っている。イワモトケンチだ。イワモトケンチは映画「菊池」や「行楽猿」の監督としてみなさんもご存知かと思う。思えばこの企画を彼から聞いたのは九三年の冬だった。入院中の私のベッドサイドで彼は、「コンフィグ・シス」(九四年六月にフジテレビで放映)とこの「サイボーグ花ちゃん」の番組企画書を振り回しながらこんなことを言っていた。

「もう映画の狭い世界はいやになりましたよ。これからはテレビもやります、デジタル・メディアもやります、雑誌もやります。それでアーティストのネットワークをつくって、また映画に戻りますよ」。

そのとき、私はイワモトケンチは映画が一番なのになあ、と思ったことを記憶している。だが、この「サイボーグ花ちゃん」を見ると、もはやテレビとか映画とかいうメディアの概念を越えて、新たな映像をつくる手がかりをイワモトケンチは得たような気がする。

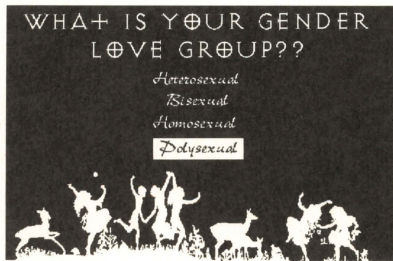
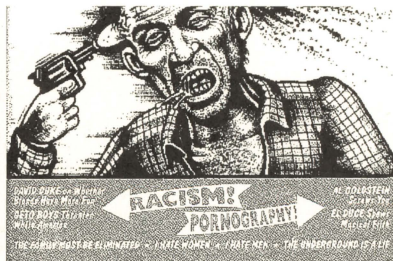
一月末にはこの『サイボーグ花ちゃん』のCD-ROM付きの書籍が、そして今年六月にはオリジナル企画のCD-ROMが発売される予定だ。そこで彼の「手がかり」を見ることができるだろう。その後、彼はどんな映像を映画館に持ち帰るのだろうか。

小出裕一◎編集者

●上、見開き――イワモトケンチ監督のキョーレツなCG作品「サイボーグ花ちゃん」より。CD-ROMつきの書籍は、1月末に翔泳社より発売予定

カラーはもちろん、3D、デジタルビデオ技術などを駆使し、ハイテクイメージを全面に押し出したマルチメディアCD-ROMが蔓延する中で、密かにHyperCardベースのモノクロ・ローテクタイトルが人気を集めている。

その名は「BLAM!」。ニューヨークベースのNecro Enema Amalgamated (この名前、ぜひ辞書で引いてみて欲しい) という二人組のユニットがプロデュースした、インタラクティヴ・ジャーナルだ。

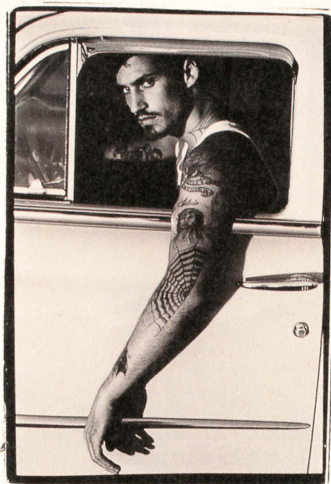
一九九三年に発表された「BLAM!」一号は、いささか旧聞に属するものだが、今頃改めて話題となったのには訳がある。まずシンプルなパッケージで内容がわかりにくいこと。実際に店頭で目立ち始めたのが昨年の秋ごろだったこと。英語版のみ (ローカライズはおそらく不可能) のため、国内のレヴューで大きく取り上げられなかったこと、などなど。

内容的には『思考のための道具』の著者で『Hot Wired』の編集長でもあるハワード・ラインゴールドのエッセイ「A Slice of Life in My Virtual Community」をはじめ、コンピュータクラッキングの手引、コミックアートと多岐にわたり、ペーパーメディアからの転載も多い。が、テキストオンリーのページであってもかつてMITのヴィジュアル・ランゲージ・ラボで試みられた、時間軸を含む動的なグラフィカルデザインの手法が取り入れられるなど、さまざまなデジタル表現の実験の場となっており、見るものを飽きさせない。さらに、サウンドと画面のフラッシングによって絶えずユーザーに働きかけるインターフェイスは、他の多くの受動的なインタラクティヴマガジンの在り方に一石を投じることだろう。

「There are no strong words, only weak ears.」とうそぶく「BLAM!」。前作から一年あまりのブランクを経て、もう間もなく第二号が登場する。

大谷和利
メディアインテグレーター

デヴィッド・カーソンのデザイン アルバート・ワトソン写真集『CYCLOPS』

designscape FROM N.Y.

●アルバート・ワトソン写真集「cyclops」より(右も) 価格=75ドル 発売元=Callaway Editions。日本では青山・オンサンデーズ(☎03-3470-1424)で入手可能

「一つ目の巨人」——アルバート・ワトソンの写真集に、これほどぴったりの題名はない。生まれつき、片目が見えない偉大な写真家。「一つ目」はまた、「被写体の魂をつかみ取るカメラのレンズ」をも意味している。

　アルバート・ワトソンほど、過少評価されてきた写真家もいない、と近頃になって人びとは口ぐちに言う。そしてその原因を、つかみどころのない彼の器用さに置く。ワトソンは、素晴らしいテクニックでなんでも見事にこなしてしまう。だから、正体が見えないのだ、と。

　『グラフィス』誌の最新号によると、ワトソンは、一九七一年にプロのカメラマンとしてデビューして以来、五百八十万枚の写真を撮ってきたのだそうだ。『ヴォーグ』誌の表紙を二百五十回も手がけながら、彼をファッション・フォトグラファーと呼ぶのは、狭すぎる。

　ワトソンの幅と奥深い魅力を一挙に明らかにしてくれたのが、最近出版された写真集『CYCLOPS』だ。二十五年目にして初めて出る作品集なのだそうだ。ワトソン自身の作品はもちろん、本としてワクワクするほど冴えた出来なのだ。魅力その一は、写真。ポートレイトでは、うずくまり、瑞々しく遠い目をしたケイト・モスのヌード、煙草の煙をたゆたわせたキース・リチャードなどの有名人を新鮮に見せる工夫——だがなんといっても強烈なのは、ルイジアナの重罪犯罪人のための刑務所で撮影した、殺人犯たちの美しいポートレイト(被写体たちへのショートインタヴューが添えられていて観る者の興味をさらに増す)だ。かと思うと猿の肖像写真もある。ワトソンにとっては、「物」もまた、魂のある被写体だ。たとえばエルヴィス・プレスリーの持ち物シリーズでは、金ラメの舞台衣装、櫛、真珠がはめこまれた拳銃、ツタンカーメンの衣服……。ほかに、マラケシュのひき蛙やフェティッシュで魅惑する旅と風景の写真、そしてマルコムXをテーマにしたファッション・フォトなどなど、一目みたら忘れられない力作が惜しみなくどんどん登場する。

　魅力その二は、エディティング。すべてモノクロ。ほとんどが縦長の写真の組み合わせの妙。キース・リチャードのポートレイトの左ページに見開きで組み合わされるのは、骨箱、シャーデーの隣は優雅な犬、古代エジプト王の朽ちかけた手袋と組み合わされるのは、宇宙飛行士が使用したグラヴだ。魅力その三は、主役の写真をたてつつデザインの力を痛感させるデザイン。デヴィッド・カーソンの、魅力的なタイポグラフィをふんだんにちりばめた傑作だ。本を開くとすぐ目に入る内容説明や作者の紹介部分は、カヴァーの袖からテキストが始まって紙の端で途切れ、そのまま本体の見返しへと横飛びして続いていく。また、時折、文の中でわざと「O」の字が脱字され空白になっていて、「目」の存在と不在を強調する。写真集だからテキストは少ないのだが、カーソンは二百五十五種のフォントを使い、凝りに凝っている。特別な製版で印刷も素晴らしく、きわめつけの一冊だ。

大竹秀子◎在NY
ジャーナリスト

日本のキャラクター大全集『広告キャラクター大博物館』

designscape BOOK

チャルメラのおじさんに、とんかつソースのブルドッグ。本書は、日本の生活にしみこんだこれらのキャラクターに好奇心をそそられた無名の有志たちが、八十種以上について の歴史や変遷を調査し、紹介したもの。半世紀以上もの間リメイクして生き続けてきたキャラクターのグラフィカルな変化は、ときにショッキングでさえある。移り変わる美意識やリアリティ、通底した、レトロチックでキッチュなマンガ的なるものの根底には、日本民族のうすらおそろしい大衆性、そして、幼いころの家のかおりにしみついたほっとする体臭のようなものがチラチラして倒錯させられる。適当にページを開いたところに、ポッカコーヒーのポッカ男の家系図が目にとびこんできたりと、意外なところで遊んでいるメーカーやデザイナーのひそかな笑いにも失笑……。

編集部

●『広告キャラクター大博物館』(ポッププロジェクト編 128×182mm 総191頁 定価1300円 日本文芸社)

悩みも不安も癒される『憩写真帖』

designscape BOOK

ボンサイ小僧として名を馳せる沼田元氣氏の写真集『憩写真帖』が発売された。『ガロ』での連載をまとめたものである。十二か月をあらわすそれぞれが、一冊ずつの小冊子となり、全十二冊で一セット。千部限定版だ。ひもとけば、街角の風景やウィンドウ越しの商品、自然の風景など……といってしまうと簡単だが、なぜか心なごむ写真の数々。悩みも不安もいやされる。ほっと一息の集大成なのだ。

日常的な風景のなかに潜伏している「憩」の心は、なかなか普通の目では見つけ出すことができない。それを見つけ出してくれるヌマゲン氏のカメラは、いってみれば、郷愁とも混同しがちな、淡い感情を生み出しているのではないだろうか。

今回さらに二百部限定で出された、特別豪華写真帖は、十二冊に加えて、ヌマゲン特製十五大付録がついていたが、すでに完売。七色に輝く憩バッチや憩単語帖、ソノシートなどがついていたというから残念。「付録」という言葉にも「憩」ってしまう。

編集部

●『憩写真帖』写真は豪華本のほう。千部限定写真帖は、手前のお土産がついていないもの　問い合わせ先＝青林堂(☎〇三—三二九一—二四九五)

不確実のロマンチシズム『FAX YOU——URGENT IMAGES』

designscape BOOK

アーティスト、グラフィックデザイナー、イラストレーターら百人の、ファックスを使用した作品を集めたのが『FAX YOU——URGENT IMAGES』。さまざまな方向性の実験的な作品が集められている。

たとえば遠距離通信を作品にしたものやファックス用紙の形態を活用した(?)、極長ファックスロール・タペストリーや壁紙(福岡にあるナイトクラブの壁紙にそのまま使用されている)、伝達中や可燃性によるヴィジュアルエラーを利用した作品など。そしてもちろん、ホックニーなどの著名クリエイターのファックスヘッドも集められている。即時性とロークオリティのため、レターヘッドよりフォーマルさに欠けるが、遊び心があり、またパーソナルである。

ファックス用紙は耐久性がないため(冷蔵庫で保存すると長持ちするらしいが……。)、永遠のクオリティもなければ、オリジナルという概念にも欠ける。この短命さにはロマンチシズムを感じるし、「アート」の著作権へのアイロニーでもある。これら瞬間的な作品を見られる本書は、貴重である。

米田知子◎在ロンドン写真家

●『FAX YOU——URGENT IMAGES : The graphic language of the fax』 27.3×21.6cm 208頁 36ポンド DUFF PUBLICITY(071-437-3647、ロンドン) 日本でも輸入の予定あり

designscape

ART

CD並みのプライスで気軽に鑑賞 遊佐辰也のCD-ROM作品集

アートを伝達する媒体の不足にいらだちを感じている有志たちが、自前のパソコンを使ってメディア活動を始めた話をちらほら聞くが、はやしとしお氏（インターアクティブ主宰）が昨年末に刊行した「コンテンポラリー・アート・ファイルシリーズ」は、とくに注目していきたいもののひとつだ。レントゲン藝術研究所周辺のアーティストを中心に、毎月一回発行していくこのシリーズは、フォトCDポートフォリオ型式による、定価三千円をベースラインにすえたCD-ROM作品集。

アーティストが懸命に制作活動をしているのに記録が残されずに忘れ去られていく現状を悲観したのがきっかけというはやし氏は、「CD-ROMなら印刷物よりコストも安く、流通も開放されている。またフォトCDポートフォリオは、パソコンはもちろん、ゲーム用ハードと接続すればテレビでも鑑賞できる。お茶の間でアートを楽しめる手軽さが魅力」という。

フォトCDときくと、写真をデジタルデータ化してスクラップする単純構成の保存用媒体のイメージが強いが、第一弾として発売された遊佐辰也作品集「Ecstatic Garden」をみると、四百点に及ぶ写真作品の他にナレーション、解説文、オマケ（中島花代など友人たちの語り）などが立体的に構成されていて、クラブ系グラフィックで話題の木村克彦のヴィジュアルおよびケン・イシイのオリジナルサウンドをアクセスポイントに、好きなメニューにアクセスできる。ビデオ作品をコマおくり感覚で自動展開させてみせていくなど、作家の意向を尊重したこだわりのある編集だ。

さて、遊佐辰也「Ecstatic Garden」は、彼の作家活動十年を機に企画された遊佐辰也シリーズ第一弾で、活動の初期、ロンドン滞在期から追求してきた同タイトルの作品シリーズをまとめたもの。彼は写真を主な表現手段とするが、このシリーズでは、色調やコントラストを執拗に追求し、恍惚の域まで見破った物質現象のディテールの記録が収められている。透過性原稿をプロジェクターでみせ、光と色を交錯させた空間インスタレーションの試みにしても、紙への焼きつけにしても、常に「RGBに近い光自体をみせること」にこだわってきた彼の軌跡を、モニターで鑑賞できる魅力は大きい。

遊佐辰也シリーズとしては、春に向け、「Whales」や「クジラ観光日記」が発行される予定。クジラの生息に関する克明な取材記録や作品制作の全行程を網羅的に紹介するプランもあり、作品の奥に隠された濃厚な客観的事実とそれに対する彼の冷静な視線、最終的に生まれたあの強烈な作品へと追体験することで、ますますその真意に近付けそうで楽しみだ。

なお、「Ecstatic Garden」シリーズの最新作の個展を大阪・ブレーンセンターギャラリー（2/10まで。☎06-346-5461）で開催中。興味のある人はぜひ。

編集部

●Photo-CD Portfolio「遊佐辰也 Ecstatic Garden」より

●遊佐辰也氏 撮影＝野村浩司

●「遊佐辰也 Ecstatic Garden」。未発表作品を含む遊佐氏の全作品、経歴、評論が、ケン・イシイのサウンドデザインやナレーションがついて紹介されている 定価＝3,000円 発売元＝インターアクティヴ ☎03-5488-7455

●Photo-CDの発売にあわせて昨年12月に行なわれた、神宮前・ラスチカスギャラリーでの展覧会風景

【高岡インダストリアルデザインコンペリポート】

「デザインウェーブ'94イン富山」

Design Wave '94 in Toyama

「モノ」をめぐる試行錯誤

●高岡市美術館ギャラリーで11月5—13日まで開催された「デザインウェーブ'94 イン富山」展会場入口

富山県高岡市で昨年十一月五日から十三日まで開催された展覧会「デザインウェーブ'94」は、デザインをめぐる企業とデザイナーのありかたについて考えさせられたイヴェントであった。

富山インダストリアルデザインセンターが主催したコンペティションで、ユニークなのは、〝商品化を前提としたコンペ〟と銘打ったこと。こうしたコンペはいままであまり前例がなく、机上の理想が数多く語られてきた。地場産業の振興のために「デザイン」の概念をその手法にとりこんでいる富山県のこの試みには、デザインがこれからの産業の発展の鍵を握っているということを感じさせられる。

今回のコンペの課題を出したのは、実際にアルミや鋳物をはじめとする富山の地場産業の企業九社である。自動車用アルミホイール、花器、門柱、目薬容器、ガーデンチェア、目覚まし時計などといったテーマで、十一月五日には、黒木靖夫、黒川雅之、平野拓夫氏ら審査員と課題提出企業による最終公開審査、翌六日には、審査経過をふまえて、デザインの役割についてのデザイン会議が行なわれた。

この会議のなかでとくに印象的だったのは、課題提出企業側が、デザインに大きな期待を寄せていることであった。ほとんどの企業が、商品化についてこれから検討していきたいと述べ、「新しい指針をもらった」「絶対に商品化したい」「コスト面が今後の課題」といった積極的な姿勢が目立った。

一方、パネラーとして参加していたデザイン関係者の側からは、同時に開催していたクラフトコンペの作品と比較して、実用的なモノづくりとして共通するクラフトとインダストリアルデザインが、現在なぜこれほど分かれなければならないのだろうかといった問題提起がなされていた。産業の中で求められる効率化以上のものがモノづくりの向こう側にあるのではないか。モノづくりという共通点のなかで、クラフトとインダストリアルデザインは、限りなく

近づくべきではないのか、形の本当の美しさとは何なのか……そうした発言のなかから、産業とともに発展してきた現在のインダストリアルデザインが、いま曲がり角に来ようとしていることがわかる。

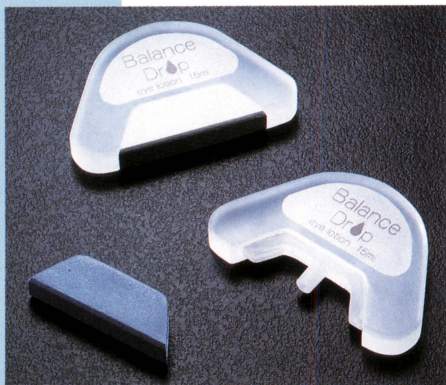
このコンペの募集要項の冒頭に、富山インダストリアルデザインセンター所長の黒木靖夫氏の言葉がある。「大量生産と大量消費の時代が過ぎ去ろうとしている今日こそ、新しい〝モノづくり〟の思想が模索されなければならない。それは、まさしく産業革命のアンチテーゼとしてウィリアム・モリスが起こしたアーツアンドクラフツ運動と相関している」。

企業側のニーズが、デザイン的側面の充実にあるということは、コンペの入選作品に対するコメントを読んでいただければわかると思う。デザイナーと企業が、共にモノづくりを考え直そうという気運が、ここ富山から発信されているのだ。もしできることなら、今回提出されたプロトタイプと、商品化されたものとを同時に展示し、プロダクトと生産技術の問題の再提示を行なってもらいたいものである。そのときに初めて、そのデザインが市場でも輝きを放つ、すぐれたデザインなのかどうかを計ることができるのである。

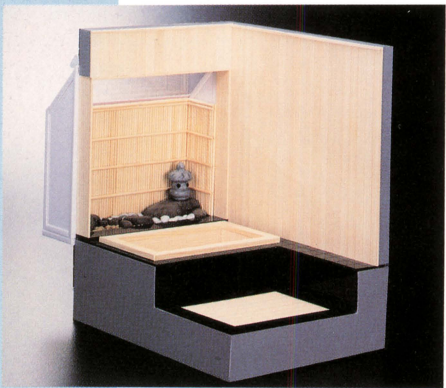
［編集部］

企業9社が出した課題に対して，それぞれ優秀賞が選ばれた。その一部を紹介しよう。

[グランプリ]
「LADE」諸岡隆
課題——自動車用アルミホイールのデザイン（魚岸精機工業）
デザイナーより：「流線型の車のフォルムにマッチする流線型のデザインをした」
企業より：「受注企業にとって，これからの時代，付加価値の提案をしていきたい。商品化したいと思う」
審査員より：「ホイールが重いということが，車全体にどういう影響を与えるかを考えなければならないのではないか」（黒川）

●右から、審査員の平野拓夫、黒川雅之、黒木康夫の三氏

[デザイン優秀賞]
「BALANCE DROP」佐藤徹
課題——目薬容器(斉藤製作所)
デザイナーより:「素材の規定が多く,本当に商品化を前提としていると強く感じた。デザインを使い方から考えた」
企業より:「コンペ作品には,プラスチック加工から考えて,制作不可能なものもあるが,何点か金型を起こして,製薬メーカーに持ち込みたい」
審査員より:「ひとアイディアあるものは多いのだが,美しいケースが少ない。コンセプトを優先し過ぎるのではないか。形が技術に引きずられているように思う。〝見るだけで目が直る〟とか〝薬品的価値のあるフォルム〟をつくれないものか(笑)」(黒川)

[デザイン優秀賞]
「花器」長谷川晶一
課題——新和風建築に合う花器(織田幸銅器)
デザイナーより:「日本人は水とのかかわりが強いので,水盤で挑戦した」
企業より:「水盤は特殊だし,陶器のものが多く鋳物は少ないので売れるかどうか。このデザインは,底が線になっていて倒れにくい。これからヴァリエーションをつくるために話し合っていきたい」

[デザイン優秀賞]
「PIVOT」石橋正昭
課題——モダンなアナログ式目覚まし時計(タカタレムノス)
デザイナーより:「店頭を調査し,同じようなものがないよう,オリジナリティに気を配った」
企業より:「デザインクロックを生産し始めて6年目。方向性を見失ったのではと思っていたときに,このコンペで重要な指針をもらったように思う」

[デザイン優秀賞]
「浴室用坪庭出窓」中田敏幸
課題——これからの時代に求められる住宅開口部(立山アルミニウム工業)
デザイナーより:「課題が漠然としていてむずかしかった。遊びごころと楽しみのあるデザインをしたい」
審査員より:「都市型のデザインだと思う。自然の空気を付加する考えを加えてはどうだろうか」(平野)
「キッチュな魅力がある。ユニットバスにどう取り込むかを考え続けているのだが,まだうまくいかない(笑)」(黒川)

[デザイン優秀賞]
「地上の天使」長谷川晶一
課題——ガーデンチェア(竹中製作所)
デザイナーより:「重ね置きできるデザイン。インダストリアルデザインにいかに精神性をのせるか,と考えた」
企業より:「これからのものとして,インパクトの強さやアート性のあるものを新しい方向性にしてみようかと考えている」
審査員より:「ロマンティックな作品。近代デザインは禁欲的でエンターテインメント性がない。この椅子の不思議な柔らかさはおもしろい」(黒川)

【人形アニメーション】

残酷ポップな映像をめざして

三木俊一郎
SHUNICHIRO MIKI

ＳＭの天使が貼り紙の国に迷い込む。花を見つけて抜こうとするが抜けない。それでもなお引っ張ると、それは巨大な頭で、その顔の部分がぱっくりと割れ、ＭＴＶのロゴが映るＴＶが現われる――二十二秒ほどの人形アニメーションだが、暗い色調の画面に、不思議な世界が立ち上がる。

このＭＴＶのステーションＩＤを制作した三木さんの本業は、日清「出前一丁」やソニー「ＰＲＯ・ＰＩＸＹ」などのＣＭ演出。ＩＤの制作にかかわることになったのは、ＭＴＶジャパンの映像作家募集の告知に応募したのがきっかけ。

彼が映像の世界に入ったのは、大学で映像コースを選択してから。卒業制作で撮った人形アニメーション。「エロというか、グロというか、シュールというか……」、実写の映像だとどうしてもネトネトしがちな世界。「そういう世界を人形アニメでやると妙に無機的で、ある種の〝品〟みたいなものがでるんです。その中で、実写では表現不可能なタブーの世界を撮りたかった」。

卒業制作直前に見たのが、人形アニメーションで、教祖のような存在のクリエイター、ブラザース・クエイの作品「ストリート・オブ・クロコダイル」。

「そもそも出発点は、違うところにあったんだけど、見ちゃったので、影響を受けちゃいました。人形だし、シュールだし……」。

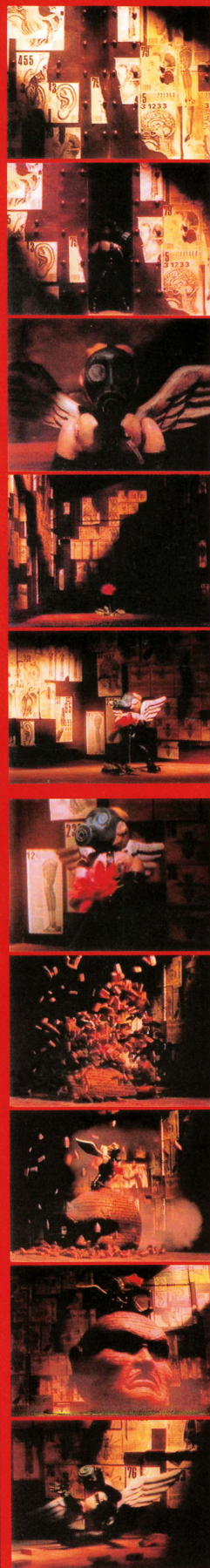
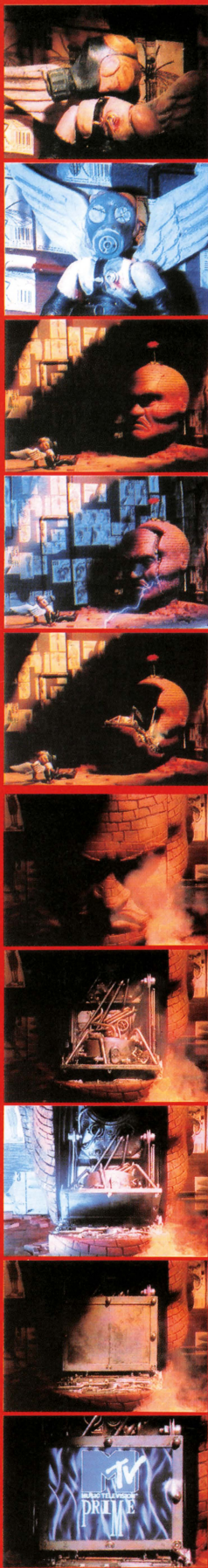
もともと照明を落としたダークな世界が好きだったところに加えて、現在のＣＭの世界では、より「明るい」ことが求められることが多いようで、自分なりの映像世界の表現を、ＣＭとは別のところでやってみたいと思っていたのだそうだ。

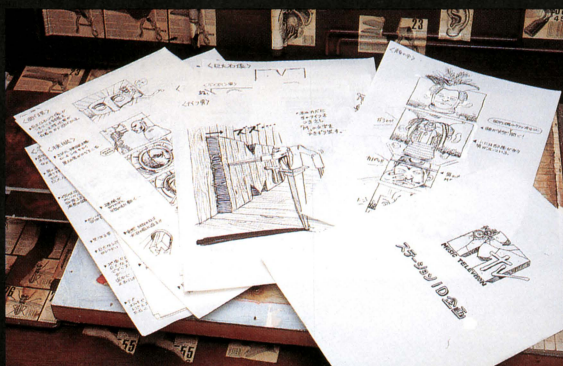
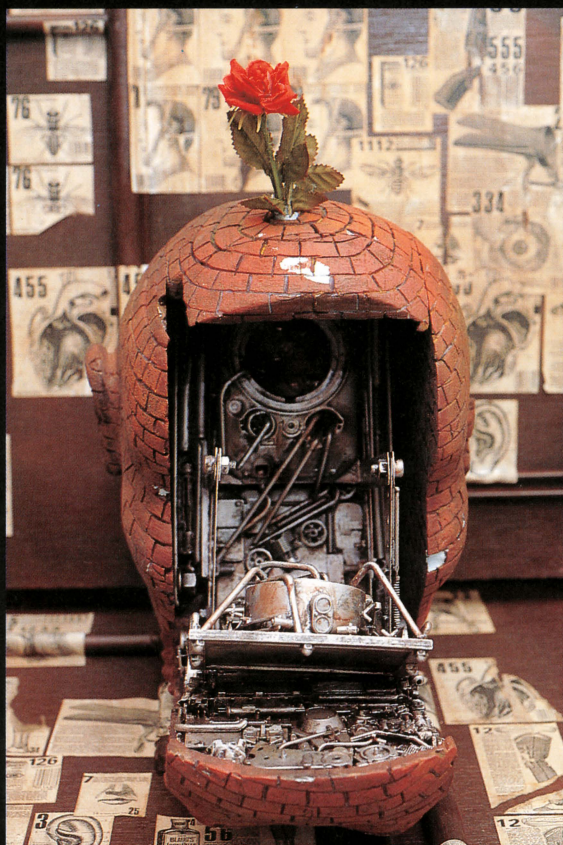
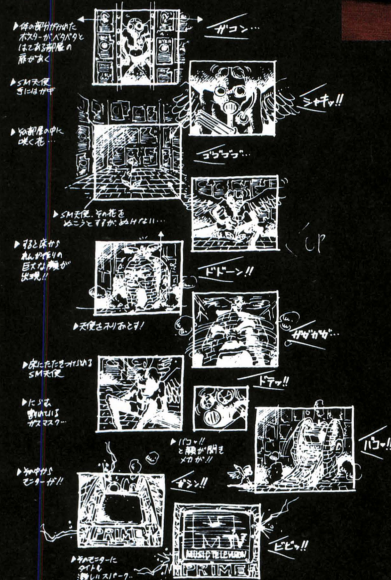
「ＣＭ界は、表現にいちばん制約が多い、保守的な映像産業だと思うんです。だからよけいタブーっぽいところに挑戦したいのかもしれない。たとえば今回も清純なイメージの天使にＳＭの格好をさせるとか、そういう危ない組み合わせがおもしろいのではないかと思って……。ＣＭだとそういうことはできないし、自分でやるにしても、そうちょくちょくつくってもいられないし、ＭＴＶのステーションＩＤなら、ほとんど問題なさそうじゃあないですか」。

制作は自宅で16ミリのフィルムを回して、ひとコマずつ動かしながら撮っていく。

「狭いので、ライトにちょっと手が当たったりすると最悪。変わらないように見えて、あとで見てみると、照明の位置が変わっているんですよ。一七〇コマ目くらいだったりすると、最初っから撮り直さなくちゃならなくて……」。

そうして撮ったものをデジタルデータに落とし込み、ヘンリーでデジタル合成。そこで微妙な煙やれんがが飛び散るシーンなどをつくりあげていく。ＣＭでつちかった知識が役に立つ。

そして音入れ。「スーパー・ジャンキー・モンキーの曲があらかじめ用意されていたので、テンポよく編集できました。うがいの音や叫び声、笑い声などがミックスされた、妙にカッチョイイ曲なんで、人形アニメという無機的な世界にワイルドな感覚を取り込むことができました」。

MTVのステーションIDを含むオリジナルの映像は，MTVの顔ともなるヴィジュアルイメージ。最近，MTVジャパンオリジナル，つまり日本発の映像が世界のMTVでオンエアされている。三木俊一郎さんが，本業のCM制作のかたわら制作した，番組のオープニング・タイトルの映像は，現在ヨーロッパのMTVステーションIDとして放映されている。ちょっと残酷でユーモラス――そんな三木さんの映像世界を紹介しよう。

●前頁―自宅で人形アニメーションを制作する三木俊一郎さん
●右上―人形や小道具はすべて自分の手づくり。細かいところまで手を抜かない
●右下―三木さんがMTV用に書いた企画書の数々。いまにも実現しそうなアイディアがいっぱいだ
●下――今回のMTVのために描いた絵コンテ。大好きだというフレンチコミックの影響を受けたタッチか?
●見開き両脇の図版は、右頁上から左頁下まで、MTVで放映されている映像。SMの天使のコミカルな動きがかわいい。ここでは音を紹介できないのが残念だが、SUPER JUNKY MONKYのハードな音がすごくカッチョイイ

＊取材協力=MTVジャパン　MTVジャパンでは、日本独自のヴィジュアルイメージを世界に発信するため、アニメーターを随時募集中とのこと。問い合わせ先=東京都港区白金台4-2-11　MTVジャパン　ステーションID募集係　〒108　☎03-5448-1108

<MTV PRIME> 演出コンテ 15″

「次はディズニーみたいなかわいいキャラクターが、よごれてたり絆創膏を貼っていたりするような、残酷ポップみたいな、ちょっとコミック的で毒気のあるものを撮りたいですね」。　［編集部］

＊この項撮影＝萩原宏美

⦿みきしゅんいちろう――一九六八年東京生。九〇年武蔵野美術大学視覚伝達デザイン科卒。同年葵プロモーション入社。現在企画部勤務。
連絡先＝東京都品川区大崎一―六―一　大崎ニューシティー一号館　株式会社葵プロモーション　〒一四一　☎03-3779-8016

IMAGING

FACTORY

S E G A E N T E R P R I S E S, L T D.

［ニュー・ピクセル ディオを使う］

セガ・エンタープライゼス
第二AM研究開発部

ニュージェネレーションを狙う ファイティング・パブリシティ

いまやカルチュアシーンともリンクするゲームの世界。
その中でも、「バーチャファイター」といえば、
ファイティングゲームの真髄を極めたキャラクターと格闘技のかずかず、
人間のナマの動きを三次元のポリゴン・キャラクターに写し取った
まさに「ヴァーチャル」なアクション、それらがユーザーの操作により
リアルタイムで動くという驚異的な完成度で、
ゲームの世界を大きく揺り動かしたゲームだ。
クリエイターの間でも多くのファンを持つ、バーチャファイターだが、
今回はその出生の地、いまやその名はカルト的な響きさえ帯びてきている
「セガ・エンタープライゼスAM2研」を訪ねた。

野上タカヒロ＝取材・文
text by Takahiro Nogami
桜井ただひさ＝写真
photo by Tadahisa Sakurai

●右頁と左の写真はすべて、アーケード版「バーチャファイター2」の画面。ポリゴン数が増えて、よりヴァーチャルさがアップした2。新キャラも登場し、さらにゲームセンター内で人気独占状態
写真提供＝セガ・エンタープライゼス

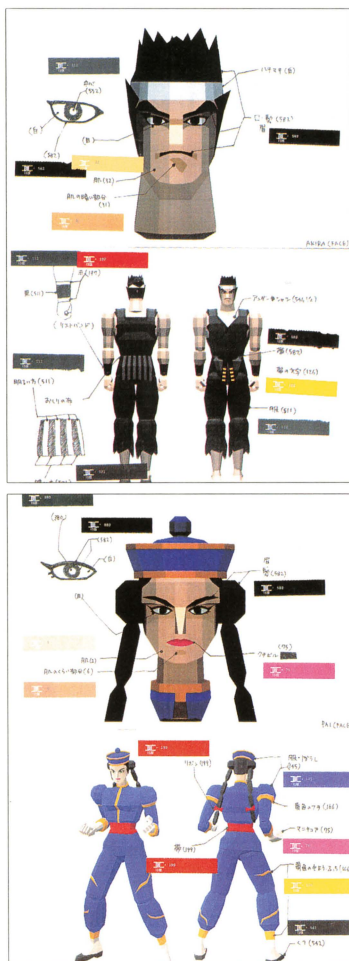
●AM2研のパブリシティを制作する有井伸孝さん。御本人もなんとなくゲームキャラクターのような雰囲気が……

世界的なアミューズメント産業となって久しいコンピュータゲーム。その大手であるセガ・エンタープライゼス（以下セガ）といえば、説明の必要もないくらいのメジャーなメーカーだ。そしてセガの最近の話題といえば、なんといっても次世代ゲームマシン「セガサターン（SEGA SATURN）」と、その牽引車となっている人気ソフト「バーチャファイター」だろう。

セガでは、アーケードゲームのソフトウェアを開発するアミューズメント研究開発のセクションが三つあり、それぞれに特色のあるソフトウエアを日々制作している。話題のバーチャファイターを制作した部署は、第二AM研究開発部（以下AM2研）というセクションだ。ここでは非常に多くのスタッフが、バーチャファイターだけでなく、さまざまなタイトルを制作している。基本的に現在のところ、AM2研の作品の特徴は〝CG〟だといえるだろう。もちろん、ゲームの画面というのは広い意味ではすべてCGになるわけだが、ここでいうCGというのは、リアルタイムのCG、もしくはインタラクティヴなCGだ。映画やCFのように、あらかじめ膨大な時間をかけて制作されたリニアなCGではなく、設定されたオブジェクトをプレイヤーの操作によって動かし、その場で演算して映像化するCGとでもいえばいいだろうか。これを駆使することが現在のAM2研の真骨頂なのだ。

ご存知の方も多いとは思うが、「バーチャファイター」のオリジナルはアーケードマシン（ゲームセンターなどにある業務用の機種）だ。このアーケードマシンをつくるAM2研では、ソフトウェアのみならず、リアルタイムにCGを演算し、そして表示する能力を持った基板の設計のサポートなども行なわれている。それはもちろん、いいタイトルを制作するために円滑な仕事の流れをつくる組織づくりなわけだが、現在では、なんと、パブリシティにまでAM2研専用のスタッフが配属されている。これはセガ社内でも異質なことなのだが、「ゲームのイメージを伝えるスタッフを、より制作現場に近いところに置くことで、少しでも的確な情報を発信したいということの現われなんです」というのはAM2研のパブリシティ・スタッフであるデザイナー、有井伸孝氏だ。

「もちろん、そのために制作側の感覚に近づきすぎて、ユーザーの求めるものを見失ってしまう危険性もあると思うのですが、その点は注意深く仕事をするよう心がけています。もっとも、ぼく個人はアミューズメントセンター（ゲームセンター）にも随分行きますし、かなりユーザーに近いと思っているんですけどね（笑）」（有井氏）。

その〝現場〟であるAM2研は、コンピュータゲームの制作現場らしく非常に多くのコンピュータがLANに繋がって稼働している。もちろ

●左2点―「バーチャファイター1」のキャラクターも、DICのカラーチップで色が決められているのだ。キャラクターの詳細決定のミーティングではニュー・ピクセル ディオを通して出力された資料をもとに検討が重ねられる

●上―有井さんのデスク周辺。バーチャファイター関連では、とくに多くのイヴェントSPツールが制作された。ボツ案も含めていろいろとピンナップ
●中―有井さんのデスクから通路を隔てたパーテーションの中に、ニュー・ピクセル ディオがある。「とにかく便利」のひとこと
●下―この日は左頁でも紹介するゲーム雑誌のためのヴィジュアルを制作

ん、パブリシティ・スタッフのコンピュータもそこに繋がっており、入出力用のデヴァイスとしてのニュー・ピクセル ディオ（CLC800）も同様にネットワークされている。

「やはり、枚数などいちばん多く使うのはぼくだと思います。ちょっと多いときですと、ぼくひとりで百枚以上スグに使ってしまいます」（有井氏）という。社内のプロモーション担当セクションへ、また外部のマスコミへと、AM2研作品のヴィジュアルイメージは、すべて有井氏の手を経たものになるわけだから、それも当然だろう。

「外部へのイメージの露出を検討するときなど、会議で検討するための素材として多くの枚数を使います。でも、そのように気楽に枚数を出せる機械でありながら、仕事の段階が進めば印刷物の色校正くらいの意味合いで使うこともあります。いまの新しいディオは、そういった幅広い用途に耐える品質を持っているのではないでしょうか」（有井氏）という。

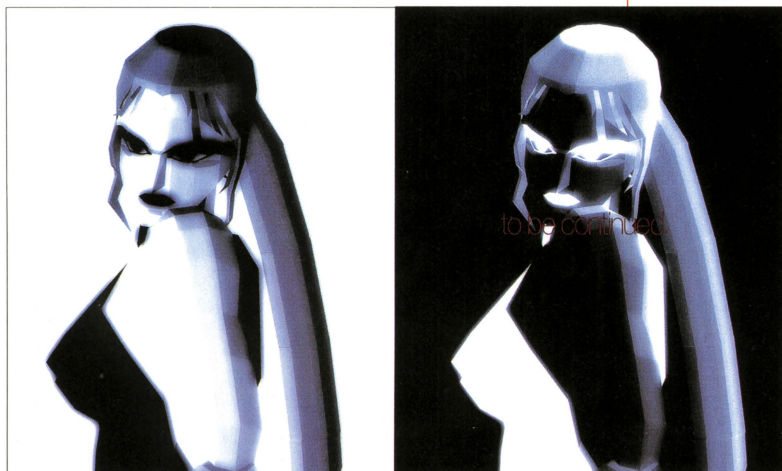
また、外部にヴィジュアル材料として出す素材など、コンピュータ上の色指定ではなく、具体的なヴィジュアルとともにDICなどのカラーチップを添付したものをディオでコピーして配布することもあるという。

有井氏はゲームそのもののグラフィックデザインではなく、あくまでもパブリシティとしてのヴィジュアル制作を手掛けている。そのため、純粋なグラフィック部分のみを扱うことが多いそうだ。

「ニュアンスの違いかもしれませんが、あるゲームの画面を印刷用の原稿の形に整えて渡す、というのではなく、そのイメージに沿って、ゲームでは実際にはしないようなポーズをつけたり、またはさらに加工してヴィジュアル素材を提供するケースが多いです」（有井氏）というのも、扱う素材がCGであり、さまざまなポーズ、シーン、カメラアングル、ライティングなど、自由にできる作品が多いからこそできる仕事なのである。

「ゲーム自体にはゲームとしての制限がありますけれど、その世界観やキャラクター表現を提示していくということもパブリシティとしては必要だと考えています」（有井氏）という。

「バーチャファイター」以来、とりあげられる媒体の幅が随分広がったように思えるAM2研の作品だが、やはり何といっても、中心となるのはゲーム雑誌だそうだ。また表現としても、ゲーム雑誌を持つ出版社の仕事を見て刺激されたり悔しがったりしたこともあるという。

「そういったこともあって、もっともっといろいろな方法で露出させたいという気持ちはあります。最近、あるゲーム雑誌の企画でバーチャファイターのキャラクターを使ったヴィジュアルの短期連載を始めたんですが、今後も機会があれば、ストレートなパブリシティ以外の見せ方を

●ゲーム雑誌『必本スーパー』1月号中に掲載するためにつくられたヴィジュアル。純粋にパブリシティのためにつくられたもので、実際のサラやジャッキーのデータから、若干ヴィジュアル用にプロポーション、色等が変更されている。ファッション写真の域にまで昇華されたバーチャのキャラクターたち。「エポックメイキング的な意味で、1のキャラクターは、ヴィジュアル素材として魅力的。ゲームとして面白いのはやはり2ですけど」とは有井さん

Jacky
Bryant

IMAGING FACTORY

便利のひと言につきます」(有井氏)だそうだ。コンピュータのなかでつくられる世界を表現しているため、用途の多くは出力だそうだが、ときにはテクスチュアなどを取り込むスキャナーとしても活躍し、カラーコピーとしても活用されている。

「新しい機種になっていちばん嬉しかったことは、色味が非常に正確になったという点ですね。モニターとのマッチングとしても、カラーコピーとしての再現性も非常に正確で素晴らしいです。特殊な出力もキレイですしね」(有井氏)。

キャラクター商品のための提案のためのサンプルも、ディオを利用して制作してしまう。そんなパワーから生まれる〝積極的なパブリシティ〟、今後もAM2研から発信されるヴィジュアルの動きからは目が離せそうにない。

⦿セガ・エンタープライゼス――東京都大田区羽田一―二―一二　〒一四四　第二AM研究開発部パブリシティセクション　[電子メールアドレス]　GGH0 1111@niftyserve.or.jp

●NEW PIXEL DiO カラーレーザーコピア800の本体価格は398万円(税別)
この商品に関する問い合わせは下記まで

第13回「売り込み君」

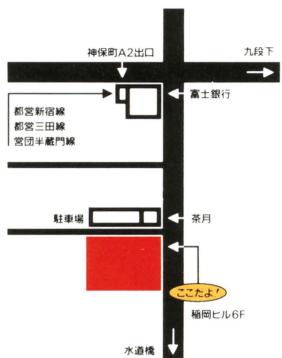
おーい，元気かーっ！ 最近売り込み件数がいまいちだぞーっ！
いったいドーシタンダッ！ というわけで，
冬の訪れとともに，ちょっとトーンダウン気味の「売り込み君」は，
今回3作品のみの掲載です。

斉田俊朗［イラスト］
Toshiro Saida
売り込みを始めて数ヶ月、いろいろな人と出会い、さまざまな事が少しずつわかりかけてきました。いまは何を描くか、どう描くかということよりも、どうやって生きていくかということを模索することが、自分にとっていちばん重要なことです。絵のモチーフが何であれ、そこに表現されるものはすべて現在の自分なので、スタイルにこだわらず、いろいろなことにチャレンジしていきたいと思います。

連絡先＝東京都品川区大井2-14-5-3　〒140　☎03-3776-8424

軽部武宏［イラスト］
Takehiro Karube
一瞬にして心に残り、時を経ても古さを感じさせず、何かを感じ取ってもらえるもの。それが人さまの目に触れたとき、恥ずかしくないように一切の妥協のない作品を制作していきたい。そんなことを考えつつ、わけもなく机を叩いてみたり、犬に挨拶したりしています。少しでも関心を持って下さった方、気軽にご連絡下さい。お待ちしております。
連絡先＝東京都足立区鹿浜8-8-9 〒123 ☎03-3896-5151

次回応募要項

■売り込み日　**2**月**6**日(月)
■申し込み方法　**2**月**3**日(金)までに編集部まで電話で申し込み。なお先着**25**名までとします。遠方に住んでいる方，都合で来られない方も相談にのりますので，連絡を。いまが掲載の大チャンスだよ!
☎03-3234-0545
■なお原則として，偶数月第**2**週月曜日を売り込み日とします。

早川山彦［イラスト］
Yamahiko Hayakawa
オカゲサマデコノ度「売り込み君」にノセサセテ頂キマシタ。コレデ今年ハイイ年ニナルカモ鍋。ソレニシテモ20世紀モモウ秒読ミニナリ、ボクトシテハオチオチシテハイラレナイ心境デストロイヤー。デハ皆サンマタドコカデオ会イシマウマ。
連絡先＝神奈川県大和市福田2-11-6 〒242 ☎0462-67-4963

またひとつコミックライターのための強力お助けグッズ

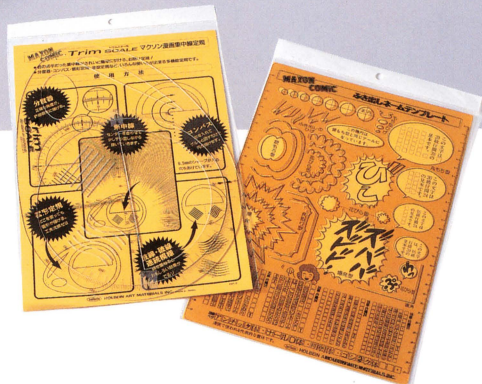
『MAXONコミック用品 トリムスケール＋ふき出しネームテンプレート』

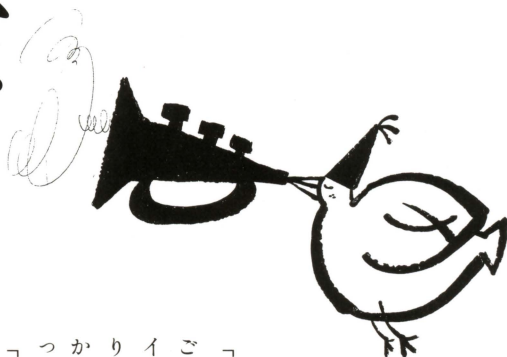
森今日子＝文
text by Kyoko Mori
桜井ただひさ＝写真
photograph by Tadahisa Sakurai

マンガ表現の最大の特徴は言うまでもなく，コマで見せるということである。ひとコマひとコマの中に，ドラマの1カットがおさめられ，ふき出しの中には登場人物たちの会話や心理描写が刻々ときざまれていく。
探してみると，ふき出しには丸もち型・花びら型・爆発型・鏡もち型など，実にさまざまな型がある。これらの型を使い分けることで，ネームをより効果的に意味付けさせる，絵画でいう額縁のような役割を果たしている。だが，そのときどきのネームの内容や量はもちろん，コマの中へ絵的にどの型をどう配置するか悩むことも少なくないのではないだろうか？
そこでおすすめしたいのがマクソンのふき出しネームテンプレートである。ふき出しの代表的な型が型抜きされているので，ふき出し線が苦手な人でも美しいふき出しが簡単に描ける。さらに同じ型に大小異なる型が用意されているから，構図で迷ったときなどに，さっと画面にアタリをつけ，より効果的な表現をすばやく見つけ出すことができてしまうのだ。そのうえアタリ級数表までついているので，ネームの級数や量にほどよいサイズのふき出しを描き出すのに大助かりである。このふき出しネームテンプレートを巧妙に駆使し，コマの中へパシッとふき出しを描いて，文字を読むのではなく，絵と同様に見る感覚にさせるテクニックを自分のものにしてしまおう。
ふき出しとともにマンガのテクニックで欠かせないものに，バックの処理がある。集中線などはその代表格で，実際に描こうとすると手間もかかり，むずかしい表現のひとつである。ところがここに画期的な定規がある。マクソントリムスケールである。一見通常の雲形定規に見えるが，分度器になっている円部分の内側がパカッとはずれるしかけになっており，これを本体にはめ込んで本体と円部分の目盛りを合わせながら少しずつ内側の円を回して線をひく。すると驚くほど簡単に，中心ピッタリの正確で美しい集中線ができあがってしまうのだ。いままでの苦労はなんだったの？　というほどの感激をぜひ味わっていただきたい。
それだけではない。このはずれる円部分には0.5ミリのシャープ芯が入る穴があけられていて，そこに芯を入れてグルッと回すだけで，円が描けるというコンパス機能もついている。コンパスの脚は広げるほど不安定になって扱いにくいが，これなら大きめサイズの円もきっちりと描き出すことができる。このほか波線や破線の定規もついているので，線を重ねてひけば連続模様もでき，バックの処理におもしろい効果を生み出すことも可能だ。もちろん雲形定規としても使い手たっぷりである。これだけ多機能の定規はトリムスケールだけ。充実したコマづくりに，おおいにお役立ていただきたい一品である。

●日本で唯一のコミック用画材の専門ラインナップであるMAXONコミック用品。今回紹介するトリムスケール(どちらの写真も左)と吹き出しネームテンプレートはそんなMAXONならではのアイディア商品。集中線、波線・破線・連続模様、コンパス、雲形定規、分度器とマルチに活躍するトリムスケールは3200円。あらゆるタイプのふき出し線が手軽に描けるふき出しネームテンプレートは1600円

ホルベイン画材
[大阪]大阪市中央区上汐2-2-5　〒542　☎06-763-1521(代)
[東京]東京都豊島区駒込1-11-6　〒170　☎03-3945-1815(代)
[九州]福岡市博多区東比恵3-16-28　〒812　☎092-411-5261(代)

ミラノだより――最終回
Essay from Milano

黄金のコンパス賞

ヒロコ・タケダ・ヴァン・オンク＝文
Essay by Hiroko Takeda Van Onck
鈴木博美＝イラストレーション
Illustration by Hiromi Suzuki

「プレミオ・コンパッソドーロ」、英和訳ごっちゃにして〝黄金のコンパス賞〟はイタリア工業デザイン協会が「今年あたりぼちぼちやりましょか」と不定期的、かつ感情的に催される、この分野ではもっとも権威ある賞である。

「ワァ、かっこいいジャン」とか「オッ、よくやるジャン」と、その製品のデザイナーと製造会社に贈られるのが主であるが、ときには「デザイン促進によく健闘したジャン、これからもがんばってね」と、学校・企業団体、あるいは個人に贈られる場合もある。

これを受賞したデザイナーはマスコミに追われ、道を歩けば「あら、あの人賞をとった有名なデザイナーよ」とささやかれ、ときにはサインをせがまれ、スタジオは新製品依頼の電話が鳴りっぱなし、仕事のコンタクトは秒読みになる……なってしかるべきである。

しつこいようだが、イタリアはデザインの国である、世界第一である、否という人手を挙げろ！　その国でもっとも権威ある賞ならば、世界一の賞ではないか、否という人は頭をかち割られるのだ。

その世界一の賞をとっても、先に記したようなことは、な〜にも起こらないのはどういうわけだ！　とわれわれ受賞経験者は怒っているのだ。

デザイン、デザインと巷ではささやかれながら、他の文化に比べて、まだまだ充分大衆に浸透していないのではないか。そこに問題があるのではないか、大衆とデザインとの一体化、人にやさしいデザインとは何か、を追求し、日夜努力を重ねていく所存であります。と記者会見でいいたかった。が、だれも聞いてくれなかった。

では、この黄金のコンパスを換金して、老後の生活のたしにでもしようと思ったが、どうも金メッキのようである。黄金がダメならせめて本来あるべきところの姿に戻し、コンパスとして使用しようとしたが機能をはたさない。単なる壁飾りである。

これを飾ってクライアントに見せびらかし、「うちら黄金コンパスの受賞者じゃけんね。偉いんじゃけん、デザイン料いっぱい払ってね、ごまかしたらいかんよ」という風に使用するらしい。

当スタジオは、クライアントが坐る位置の正面、真中はずして内角低目にさりげなく置いて威嚇しているのだが、「黄金のコンパスくらいでビビッてたら、この不況乗り切れんけんね」と、敵は純金の入歯を見せて笑うのだ。

ところで、審査で決める賞というのは、どこかうさん臭いところがありますよね。かの偉大なるノーベル賞しかり。

「あんなもんは政治力さ」とは賞から外れた人の言。

「あいつに一ぺんやっとかんと後がうるさい、というのでくれたんちゃうか」とは、もらった当人、わが亭主の言であるので世話はない。私にしても、「何でこっちが当りで、あっちが外れ？」と、不思議の国のアリス。「どう考えても、これが受賞なんて信じられない」と、首をかしげ過ぎて筋違い、というのもある。

ナントカ賞に輝く小説や映画等にもよくありますよね、そういうの。

審査というのは審査員の感情で決まる、

感情というのは左右されやすい、左右されやすいものはあてにならないという論法が成り立つ。賞をあてにしてはいけないのだ。反省。

その点スポーツの世界は、八百長はともかく、強い者が勝つ、勝ち進めば優勝する、という規定がはっきりしていて、見ている方は気持ちが良い、ときには感激さえする。

そこで、黄金のコンパス賞も、審査制度をやめて審判員の前で、各デザイナーは各作品を持ち、リングの上の死闘一本勝負、という風にすれば、ずい分すっきりした賞になると思う。が、デザインとは関係がない、という弊害が生まれる。

しかし、最近のオリンピックは審査制の競技が多くなりましたねー。体操、シンクロ、空手の型等。美しさを競うだけの種目なら、美人コンテスト等も一緒にオリンピックに入れてしまったらどうか、と常々思っておりましたが、いっそのこと、デザインも競技種目に加えていただいて、黄金のコンパスならぬ黄金メダル、純金メダルをめざして、その日のためにデザイナーも励む、ということになれば、大衆との一体化、人にやさしいデザインに近づけるのではないでしょうか。と、わが亭主に提案してみたら、

「アホッちゃうか、いわゆるひとつの更年期障害っちゃうか」と、一笑に付されてしまった。

Paper In My Work ㊸

portrait by Tadahisa Sakurai

中島優子＝文
text by Yuko Nakajima

目の感触で選ぶ

ペーパー・イン・マイ・ワーク㊸ヴァンヌーボ

廣村正彰
Masaaki Hiromura

紙＝竹尾
Takeo Co.,Ltd.

紙の上に藍、赤、黄の色素が広がり、重なり合って、もうひとつの墨色をつくり出している。今年の春、渋谷パルコギャラリーで開催される「写楽参上二百年記念ポスターデザイン展」のための作品。廣村正彰氏は、写楽をモチーフにポスターをデザインする出品者のひとりである。中央に大きく配された写楽はシルエット。いかにも謎の絵師にふさわしいデザインだ。

「写楽自身が表情やポーズをデフォルメするなど、デザイナー的な発想を持った人ですからね。その作品を自分のなかで再加工し、作品化するのは、思ったより難しかった」

廣村氏が、スタッフとして十二年間勤めた田中一光氏のもとから独立したのは、六年前。グラフィックから店舗デザインまで、幅広い仕事を手がける師の影響を受け、独立後の仕事もまた多岐にわたるものとなった。広告、パッケージ、エディトリアル、ロゴ・マーク、サイン計画とメディアが変わるごとに、さまざまな表情を見せるのも、氏のデザインの特徴であるかもしれない。

「広告なども、テーマに則していくと、それぞれが別々の表現になっていくので、自分ではスタイルがないと思っているんです」というが、作家性の強い仕事はどれも、暖かさとシャープネスがほどよく調和した独自の作風。

一昨年からよく使っている技法に、市販の転写キットを使ったものがある。雑誌などの印刷物の一部を転写し、拡大したり変形したりし、それを四版にわけて重ねて印刷する。すると、むらのある粒子の隙間から、さまざまな色がのぞく。その様子が独特の味わいとなっている。

「それ以前は、コピー機を何回も通して、ザラッとした感じをつくりだしていたんですが、新しいコピー機になってからは、精度が良すぎてそれができなくなってしまった（笑）」

作品のおもしろさは、印刷という完成された技術からつくりだされたものを変形させ、再構成していくところにもある。あえてローテクな技法を通過させることで、進んだ印刷のテクノロジーを際立たせる試みである。それは同時に、氏のテクノロジーに対する距離の取り方を表しているようで、興味深い。

「ローテクなことは好きですが、工芸品のように手の跡がそのまま出てくるのは好きではないんです。逆にコンピュータのようなハイテクノロジーの中だけで完結するものにも抵抗がある。ドローイングならそのままではなく、一度何かのフ

Special Insert Feature

●廣村さんが選んだ紙は、ヴァンヌーボFナチュラル（四六判Y目110kg）。
ファインペーパーの風合いを備えた、高度な印刷適性を持つ中性紙。
手ざわり感のある肌目のFタイプと細やかな肌目のVタイプの二種。
それぞれホワイトとナチュラルの色目があり、いまデザイナーに人気のある紙のひとつ。

Paper In My Work ㊸

ィルターを通したもの、印刷は大部数よりも小部数のシルク印刷などがいいですね。自分にとって心地いいものを、手の感触ならぬ〝目の感触〟で選び取っていくと、それはローテクとハイテクの狭間にあるような気がします」。

将来的に、コンピュータのようなデジタルなメディアが一般化しても、印刷はこれからも進化していく産業だと思う、と氏はいう。目の感触によれば、CD-ROMよりも紙に刷った印刷物のほうに、たんなる情報だけではない魅力を感じる人が多いと思うからだ。

「もっとも、CD-ROMならば、場所をとらなくていいですね。紙が好きといっても、矛盾しているようですが、ぼくは、本も雑誌もためとくのがダメで、どんどん捨ててしまうほうなんですけれど……(笑)」。

廣村氏がいまいちばん気に入っている紙は、ヴァンヌーボである。肌合いが適度に柔らかく、目に優しい印象を与える反面、色の再現性に優れている。印刷された部分が滑らかに光るのも特徴的だ。手触りの良さと印刷適性という相反する要素を同時に満足させる新しいタイプの紙なのである。

「多くのグラフィックデザインがそうであるように、等身大の位置から見る印刷物は、自然な肌合いの紙のほうが入りやすいと思うんです。ケミカルな白さや強い光沢のある紙は、見る人を拒絶するような冷たさがあるでしょう。以前は、アラベールやダイヤペークを使っていましたが、いずれも色の再現性という意味ではもうひとつ。ヴァンヌーボが出てからは、ずいぶん助かっていますね」。

ヴァンヌーボには、より滑らかで印刷適性が高いVと、肌合いを重視したFのふたつのタイプがあり、それぞれにナチュラルとホワイトの二色がある。今回見せていただいたなかでは、写楽や無印良品のポスターに使われていたのは、Fのナチュラル。クリームがかった地の色と家具の木の色味が調和して、シンプルで落ち着いた仕上がり。写真も細部までクリアに再現されている。リビングデザインギャラリーのポスターは、Vのホワイト。サラサラとしたやや大粒の粒子が、自然な白さと出会うことで、清潔な印象になった。転写によって得られる豊かな表情を、この紙は余すところなく伝えてくれる。

ところで、受け手には新鮮に感じられたこの技法だが、「そろそろ少し飽きてきたかな。次の技法を捜そうかとも思っています」。でもそれがどんなものであれ、再びヴァンヌーボにプリントされるのではないだろうか。

●上——リビングデザインギャラリーのためのポスター　B全　1994
●下——リビングアートコンペティションのためのポスター　B全　1994

⦿ひろむらまさあき——東京都渋谷区渋谷2—2—18　青山坂入ビル4F　廣村デザイン事務所　〒150　☎03-3409-5546

COMPLEX POOL
Design Simulation

日本デザインセンター原デザイン研究室＝構成・取材・文
原研哉＋ナガオカケンメイ＋村上千博
Kenya Hara+Kenmei Nagaoka+Chihiro Murakami
Hara Design Institute, Nippon Design Center, Inc.

第6回
ピクトグラム・デザイン

コンプレックス・プールは誌上デザイン・シミュレーション。
すぐに具体化できそうなテーマから，ちょっと実現に手間取りそうなものまで
興味深いデザインを現実的な問題にさまざまに向き合わせながら，
目に見える形でシミュレーションしていく試みです。
第6回目のコンプレックス・プールのテーマは「ピクトグラム」。
ピクトグラムの現状を取材しながら，新しいピクトグラムの提案を行ないます。

●市販のものから一点物まで、身の回りで見られるさまざまなトイレのピクトグラム。男女の性別を識別するための標識が、いつのまにか「トイレ」の意味を獲得してしまった。 ①㈱光カタログより ②原宿表参道 ③アサヒビール本社ビル ④横浜人形の家 ⑤㈱研創カタログより ⑥CBSソニー ⑦亀老山展望台 ⑧長谷工コーポレーション関西支社 ⑨渋谷シード館 ［④⑥：『サインコミュニケーション』（サイン・コミュニケーション刊行会編著／柏書房）より、⑦：サインデザイン＋写真提供＝廣村正彰、⑨：撮影＝桜井ただひさ］

生活表現の短縮ダイヤル。ピクトグラムは慎重に、創造的に考えたい。

まずはトイレ標識のお話。トイレの標識が語る絵画的な意味は、「男女」です。男女＝トイレ、という意味付けにはやや飛躍があります。トイレの入口に男女の差異を表示する必要があるために、それが慣習化し、トイレを代表する絵記号として定着したようです。

この種の絵記号は、その絵画的な表現力に着目されて、ピクトグラム（PICTGRAM）と呼ばれたり、あるいは言葉を介さず、異なる言語を持つ人びとの間でも共通に機能するという性格からアイソタイプ（ISOTYPE＝INTERNATIONAL SYSTEM OF TYPOGRAPHIC PICTURE EDUCATION）と呼ばれたりしています。

しかし、実際に機能している記号を観察すると、その絵画的な表現力よりも、社会的な慣習の中でルール化されてきたある種の規約の中で機能していることが分かってきます。

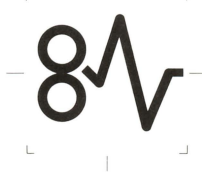
要するに「絵だから誰にでも分かる」ということではなくて「文字表現よりも瞬間的な視認性に優れている」という側面がどうやらこの種の記号の特徴のようです。

この点を見誤ると非常に解読しにくいピクトグラムの発生を許すことになります。たとえば、自動車の正面のシルエットの上に鍵のシルエットを描いた記号。「レンタカー」という意味で制作されたものですが「鍵の夢を見るクルマ」などと誤って解釈される可能性も十分にあり得るわけです。

要するに、絵記号だからといって無闇勝手に開発できるものではなく、それはむしろ社会的な慣習の中で、シンボリックな意味を与えるに相応しい形態が自然発生的に形成されていくようなもの、つまり「社会的に共有された生活概念の短縮表現」だと考えるのが妥当ではないでしょうか。いわば電話の短縮ダイヤルのようなもの。

その優れたコミュニケーション効果に着目しながら、無理のない、そして創造的なピクトグラムを考えていきたいものです。

●国際社会の共通語としてはじめてピクトグラムが使用された東京オリンピック

●90度45度でシステマティックに整えられたミュンヘンオリンピックのピクトグラム　太田幸夫著『ピクトグラム「絵文字」デザイン』（柏書房）より［上も］

●肉筆の味わいをアピールしているリレハンメルオリンピックのピクトグラム

システムが成熟すると、ピクトグラムには方言が発生する。

いまやすっかりポピュラーになったオリンピックの競技標識。ピクトグラムが初めて競技標識に採用されたのは東京オリンピック。

これは標識の国際性という側面で貴重な実績をもたらしましたが、同時に、ピクトグラムの視覚効果を証明する非常に説得力のある実例を示すものでもありました。

競技標識はその後各地で継承され、アイソタイプの権威、オトル・アイヒャーが手掛けたミュンヘン・オリンピックのピクトグラムは、厳しくシンプルな造型の極点をうかがわせます。逆にリレハンメル・オリンピックのそれは、極めてオーガニックな味わい。ミュンヘンのスタイルを共通語と考えると、リレハンメルは一種の方言と考えることもでき、こうしたヴァリエーションを許容するほどに、競技標識のシステムが世界的な共通認識を獲得し、成熟してきていることが理解できます。

多摩美術大学教授
太田幸夫 YUKIO OTA

東京オリンピックで完成

東京オリンピックは，国際行事のサイン，誘導標識などにピクトグラムが登場した，歴史的に初めてのオリンピックでした。それ以前に競技種目にイラストが添えられたこともありましたが，稚拙なものでした。東京オリンピックでサインディレクションを担当したのが，デザイン評論家の故・勝見勝氏でした。世界初のこのサインシステムの確立には，延べ30人のデザイナーが参加しました。当時，勝見氏が述べていたのは，東京オリンピックでたち上げた公共サインへのアプローチを，その後の国際行事でも引き継いでいこうではないかということでした。ミュンヘンでも一昨年のリレハンメルでもこの精神は受け継がれています。そしてそれぞれのピクトグラムデザインの違いは，一言でいえば，標準語と方言という認識で整理すればいいということになります。そのふたつは両輪であるべきで，双方が補完し合うのが理想です。つまり個別の文化や伝統を大切にしながら，共通の新しい関係をいかにうまく整えていくかというところに，ピクトグラムの豊かさが保たれ，結果的に広いニーズに応えることになると思います。

●太田幸夫氏がデザインした、おなじみの非常口のマーク

建築家
鈴木エドワード EDWARD SUZUKI

広がるサインの可能性

大きなイヴェントでもない限り、設計費用の中にサイン計画の費用まで含まれていることは、まずない。だから既製品のサインを使うことが多いですね。サインを使わないで、建築の構成上でトイレなどの機能がどこにあるかわからないようでは、いい設計とはいえません。でも扉一枚くぐって入る世界には、なんらかの標識が必要です。結局サインに頼る必要性があるからつけるんです。ルネサンスやバロックの時代なんか、彫刻でも置いてマークするということがあったのかもしれないよね。予算があったら、そういう立体的なものをつくりたいですね。ほかにいま設計中の点字図書館（高田馬場。96年開館予定）は、視覚障害者のための施設で、トイレのそばにいくと声がするようになっています。こういうオーディオグラムともいうべきサインもでてくるかもしれませんよね。

JBMS	紙づまり PAPER JAM	番号	JBMS 12 108

適用	1. 紙づまり状態であることの表示に使用する。 2. 紙づまり状態になっている場所の表示に使用する。
使用上の注意	1. 停止（非常停止）の意味で使用しないこと。 2. 赤色（地色、または絵文字）で使用することが望ましい。
関連規格	ISO＊0713　DIN＊2385

人間と機械のインターフェイス

日本事務機械工業会ではデザイン委員会を設け，複写機・ワープロ等の操作表示の標準化をメーカーと共に行なっている。以下は「JBMS（日本事務機械工業規格）12」に規定の『事務機械に関する絵文字表示』からの抜粋。（上段左から準備中，早送り，裏面原稿，粉末現像剤補給，キーカウンター，表面原稿，シート状カセット用紙補給，ソーター）。デジタル化に伴い複雑化する編集機能をどう表示していくかが今後の課題。

●ISO（国際標準機構）で標準化されている機器のスイッチ部分のオン/オフ記号。右がオンで、左がオフなのだが、果たしてそのように判読できているだろうか。

進化し複雑化する操作表示の世界は、交通整理の手腕に期待。

現代の生活の中で、密やかに、深く静かに進化発展しているピクトグラムのジャンルがあります。工業機器の操作表示の世界です。

機械の操作を迅速に行なうためのオペレーションガイドとしてこれらのピクトグラムは発達してきました。確かに繁雑な機械操作をいちいち言葉で解説されたら使用者はヒステリーを起こしてしまうに違いありません。

しかし機械の性能が進化し、操作が複雑になるにつれてピクトグラムそのものも複雑化の度合いを強めているようです。そしてそれが次第に「漢字」のような、複数の意味の単位が合体してできた、表意文字的なレヴェルにまで進化してきているようです。

ピクトグラムは生活の短縮ダイヤルであると、先ほど述べましたけれども、工業機器の操作表示の世界ではその短縮ダイヤルすら複雑化してきているわけです。

もはや、言葉の読み書き能力に加えて、絵記号の解釈能力も高度なリテラシーが求められはじめているわけで、絵記号といえどもココロなごむ世界とはいえなくなってきています。現代人のストレスもたまるわけです。

しかし幸いにも日本事務機械工業会という組織が統一的にこれらの操作表示のマークを管理しており、事務機械メーカー相互の表示マークの適用に関する交通整理が行なわれているとのこと。交通整理の手腕に期待したいところです。

？

！

意外と使える新ピクトグラムのご提案

さて、ここでシミュレーションです。日常生活の中からマークとして取り出せそうな事柄や感覚をすくい取ってピクトグラム化することに、チャレンジしてみました。

参考にしたのは、おなじみ「?」マークと「!」マーク。これらもピクトグラムの仲間であると考えられますが、これらのマークは実に優れた発明です。

もし、この二つのマークがなかったとしたら、文字表現はずいぶんと無味乾燥なものになってしまうことでしょう。

社会的な慣習の中で
共有化できる生活概念
（モノ・コト・感覚など）

↓

RULE

↓

ピクトグラム

社団法人日本事務機械工業会　技術部次長
桐谷俊雄 TOSHIO KIRIYA

ハイテク機能の標準化

複写機のようなＯＡ機器の操作部に絵文字を用いるのは，言語の違う国々への輸出入が理由のひとつです。そのため，できるだけ特定の機能に関しては一つの絵文字を使うことにしたい。ですがそれがきちんと機能しているかというと疑問もありますね。標準化には力の原理が働いているので，使い勝手が悪いと言われていても多くの人が使っていればそれが「正」なのです。人間が使っているということはものすごく大きなことなんですよ。ですからあるメーカーの機種が７割以上普及していると，そのメーカーが使用する絵文字が標準になるわけです。工業機器で世界のリーダーシップをとっている日本でつくられた絵文字が，数年後には世界共通規格となることが多いですね。従って工業会では月に一回委員会を開いて，いまどのようなものが世の中に出ているか，どんな要望がでているかといった情報をできるだけ正確につかむようにしています。また機能の進化に伴う絵文字の開発や，他の工業製品のものとの類似という問題もあり，それらを判読させていくためにも，広報活動をしていかねばならないと考えています。

㈱リコー　インターフェイス開発室
石田章 AKIRA ISHIDA
リコーアドエージェンシー㈱
百瀬明 AKIRA MOMOSE

表意文字化するピクトグラム

機能の複雑化によって，絵文字の制作は基本的な概念の組み合わせという流れに変わってきています。その作業はまるで漢字をつくっているみたいなものです。「へん」と「つくり」のような。ですからちょっとわかりにくい絵文字も各々の部分の持つ意味をたどると，なるほどというお話しを持っているのです。たとえば，「日時」という絵文字。これは『太陽』を意味する黒丸の外を『地球』を意味する白丸が回っていることから生まれた「日付」と，時間を表すシンボルの組み合わせでできています。でも初めて見た人は何を意味しているのか分からないでしょうから言葉で補ったり，「日付」「日時」を並べることによってなんとなく日にちに関係するグループなのかな，と認識させるように工夫しています。

新ピクトグラム

ある著名な作家が自分の本の売れ行きを編集者に尋ねる手紙として「?」のみを書き送ったところ「!」という返事が返送され、それによって出版の大成功を知ったという逸話がありますが、このふたつのマークの表現力を的確に物語るエピソードです。
　このマークに習い、コンプレックス・プールは、ふたつのピクトグラムを試作してみました。「スウェットマーク」と「緊急マーク」がそれです。マンガの世界では情緒表現の素材として「汗」がよく用いられます。また、大急ぎで走っている人の足を渦巻き状に描いてしまう表現も一般的。マンガはこの辺りの感覚の機微をすくい取るのが実にうまい。というわけで、この表現をグラフィカルにルール化してみたのが左の例。いかがでしょうか。意外と使えそうではないでしょうか。ちゃんと働くことができるかどうか、まずはご笑覧ください。

RULE ↓

CPS	緊　急 Urgent	番　号	CPS 001

適　用	1.緊急を要する場合の注意を喚起するためのアテンションマークとして使用する。
使用上の注意	1.むやみやたらと使用しない。
関連規格	BSS＊1234

RULE ↓

スエットマーク
モリサワ見出しゴシック体(MB101)用

見出ゴシック体(MB101)
モリサワ **愛のあるユニークで豊かな書体**

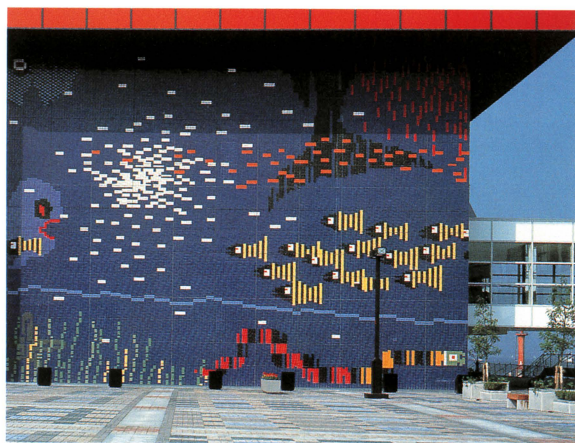
いつも大変お世話になっております。

明日の打ち合わせの件ですが
急な用事が入ってしまい
そちらに伺えなくなってしまいました
大変申し訳ありませんが
日程を変更して頂けないでしょうか

よろしくお願いいたします。

次号予告▶「ピクトグラム・デザイン」に続くコンプレックス・プールのテーマは「ゴージャス」。
スタンダードからデラックス、デラックスからスーパープレミアムへと品質の度合に応じて、高級感のレヴェルを段階的に体現していくパッケージデザインの世界。果たして高級感を演出するデザインの手法の中に法則はあるのか。乞うご期待。お見逃しなく。

インスピレーションの源は手と目の訓練から

KIDI金沢国際デザイン研究所では、NYを拠点にCIデザインを世界的にリードしてきたデザイン界の重鎮イワン・チャマイエフ氏を迎え、チャマイエフ&ガイスマー社の三〇年以上にわたる仕事の軌跡が紹介された。

●上——大阪海遊館壁画　1990
●左——コーコラン・ミュージアムのバナー　1994

Graphic Designer
Ivan Chermayeff

冨岡省三＝写真
photo by Shozo Tomioka

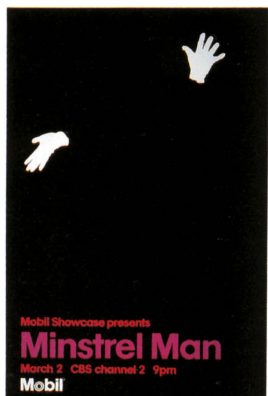
イワン・チャマイエフ氏が、トーマス・ガイスマー氏とともにチャマイエフ&ガイスマー・アソシエイツを設立したのは一九五六年。モービル社やタイムワーナー社など、社名を聞いただけでも目に浮かぶほどに浸透した大手企業のCIやポスターを、いくつも手がけてきた。ニッセイや大阪・海遊館のデザインなど、日本での仕事も多い。現在社員数は三十五人。仕事の内訳は約半数がCIだが、大阪万博をはじめとする大規模なイヴェントのヴィジュアルや空間ディスプレイ、現在進行中というケネディ空港のサインデザインなど、活動の領域は広い。

講演会当日の金沢はいつにない悪天候。チャマイエフ氏いわく「ゴルフボール大の霰（あられ）」にみまわれた。それにもかかわらず集まったKIDIの学生を中心とする熱心な聴衆を前に、三十年以上にわたる作品が次々とスライド展開された。

作品はシンプルで明るく、生き生きと目に飛び込んでくるものが多いが、それ以上に一貫したルール性は希薄で、変化に富み、みていて飽きることがない。ポスターやパッケージの制作でもっとも大切にしているのは、瞬間のインスピレーションだそうだ。中には、作業を進める最中、床にちらばった紙の切れ端をそのまま作品にしてしまったものなど、意外な秘話に驚かされる。

企業のCIやVIにおいて、アメリカではマーケティング的なリ

●CDカヴァー「Rhythm&Blu」（グランヴィジョン・レコード）

●ノール社のステーショナリー　1991

●モービル社提供のテレビ番組シリーズ「モービル・ショウケース」のポスター　1976

サーチが色や形を決めていくものも多いというが、チャマイエフ氏の場合は、デザイン的な時代の流行りには無関心で、マッキントッシュが引き起こした世界的なデザインの傾向、たとえばインディーズ化にみられるグラフィックのサンプリング的なテイストについては「I hate it（好きじゃない）」とはっきり否定する一面も。

「消費経済がつくる一過性のファッションにすぎないと思うからね。すぐれたデザインはタイムレス。いつの時代にみても新鮮さを失わないし、たんなるヴィジュアルイメージ以上の機能をもつと思うんだ。モービル社は同業メーカーのエクソン社より経営規模は小さいのに知名度が高い。これもひとつにはデザインの効果だろうね。デザインは、ときにビジネスそのものより重要になるし、信じがたい社会的貢献をひき起こす。非常に醍醐味のある仕事だと思う」。

CIやVIの場合、さまざまな媒体への展開が可能で半永久的な色や形を決めなければならない。たとえば世界中に約六万店舗のガソリンスタンドをもつモービル石油は、三十年以上一貫したCIを使用している。経営が大規模になればなるほど途中で変更するのが難しく、初めにあらゆる問題を考えて一発勝負で決めねばならない。チャマイエフ氏がそうした土壇場で発揮するインスピレーションは、どうすれば養えるのだろう。

「とにかく広く勉強することだね。コンピュータでつくる前に、必ず、イラスト、彫刻などのあらゆる手段で自分の目と手を訓練すること。自分の手と目のすばらしさをしっかりと知ることが大切だ」という。

最後に、デザイナーを続けてきてもっとも良かったと思うことは？という学生からの質問に、「サヴァイヴァルの刺激だね」とチャマイエフ氏。「仕事が変わるたびに新しい世界に遭遇できてつねに新鮮な気持ちをキープできる。すごくエキサイティングだよ」。

現在、パーソンズ・スクール・オブ・デザインのイニシアティヴ、教育政策委員会委員長として教育者としても活動するチャマイエフ氏。デザインのおもしろさをとことん味わってきた彼から、フランクに投げかけられたプロ街道への招待切符を、学生たちがどう受け止め生かしていくか、楽しみだ。

［編集部］

アイコン ICON IN ICON イコン

かつて，神という不可視な存在を偶像化したものがICON（イコン）でした。そして，現代のデジタル・コミュニケーションの不可視なデータを偶像化するのもまた，ICON（アイコン）です。
コンピュータスクリーン上での最小で最大のコミュニケーション・ユニットICON（アイコン）は，通常32ピクセル四方，72dpiという解像度で表現されています。しかし，印刷して自然画像として認識するためには，350dpiという高解像度が必要となります。
では，アイコンをこの印刷用に構築されたイコンの中にインサートしてみましょう。
ご覧のとおり，誌面上の可視性は乏しくなります。しかし，データ上には，あきらかにこのイメージ（アイコン）は存在しているのです。イコンの中のアイコン。偶像の中に潜む現代のイコンなのです。

アーティスト・タナカノリユキ

20世紀末における現代のエレクトロニック・コミュニケーション環境の中で，このマックシェイクプロジェクトはコンピュータを中心に展開されるコミュニケーションの合理性の隙間からはみ出したものを調査，研究することによって，私たちの知覚と認識をもう一度検証していこうとする試みなのです。

【連載】モダン・デザイン史再訪

(12)……ドイツ工作連盟

海野 弘＝文
text by Hiroshi Unno

ドイツのモダン・デザイン

ウィーン工房の影響を受けて、ドイツではドイツ工作連盟(ドイッチュ・ヴェルクブント)が一九〇七年に結成され、モダン・デザインの出発点の一つとなる。まず、キャサリン・マクダーモットの『エッセンシャル・デザイン』(一九九二)の「ドイツ工作連盟」の項目を読んでみることにしよう。

「デザインと工業を振興するために一九〇六年に結成されたドイツの組織。それはイギリスのデザイン・ギルドを一つのモデルにしているが重要なちがいがある。工作連盟は、社会的実験とか排他的なデザイナーだけのクラブではない。それは、製造業者、工業家、アーティスト、デザイナーの興味を振興するためにつくられた。そしてすぐに、ドイツでは、イギリスでそれに相当する〈デザインと工業の協会〉よりずっと重要な組織となった。工作連盟の創立メンバーは、ペーター・ベーレンス(一八六八―一九四〇)、オーストリアのヨーゼフ・ホフマン(一八七〇―一九五六)、ヨーゼフ・マリア・オルブリヒ(一八六七―一九〇八)、ブルーノ・パウル(一八七四―一九六八)、そしてリヒアルト・リーマーシュミット(一八六八―一九五七)などであった。重要なのは、主な工業家も創立メンバーに含まれていたことである。

一九〇七年、ヘルマン・ムテジウス(一八六一―一九二七)――影響の大きかった『英国住宅』(一九〇四―五)の作者、プロシア商務省のアーツ・アンド・クラフツ学校のための調査顧問――は、新しく開かれたベルリンの商科大学で講演を行ない、ドイツ工業が直面している諸問題を論じた。彼は、もしドイツが工場的優位を得ようとするなら、完全にデザインされ、大量生産できる製品をつくることが必須であると強調した。彼は、もしデザインが、過去の世紀の形態的遺産をコピーするようだと経済的に後退するだろうと警告した。ムテジウスの考えは、ある方向、特にドイツのアーツ・アンド・クラフツの組織から反撥を受けたが、銀製品の著名な製造業者ペーター・ブリックマンなどを含む多くの有力者に支持された。

ドイツ工作連盟のスローガンは、〝アーティスト、工業家、職人の協力を通して、工業製品を発達させること〟であった。しかし、工作連盟は、工芸品だけでなく、大量生産品、最新の交通機関にも関わった。工作連盟の年鑑は、機関車、飛行機、自動車、大洋横断汽船、都市交通システムなどをあつかっている。それらのすべては、美的見地からだけでなく、実用的に考えられている。

ペーター・ベーレンスは工作連盟で最も有名なデザイナーである。一九〇六年、彼は電気会社ＡＥＧの宣伝物のデザインを依頼された。彼を起用した、先見の明のある経営監督はウォルター・ラテナウで

あった。一九〇七年にベーレンスはAEGの建築の総合設計者に指名された。この職において、彼は、有名なタービン工場(一九〇八―九)を含む建物だけでなく、電気照明システム、ファン、なべ、オーヴン、時計、タイプフェイス、店のファサードまでデザインした。彼はAEGのために、一九一四年の戦争の勃発まで、仕事をした。

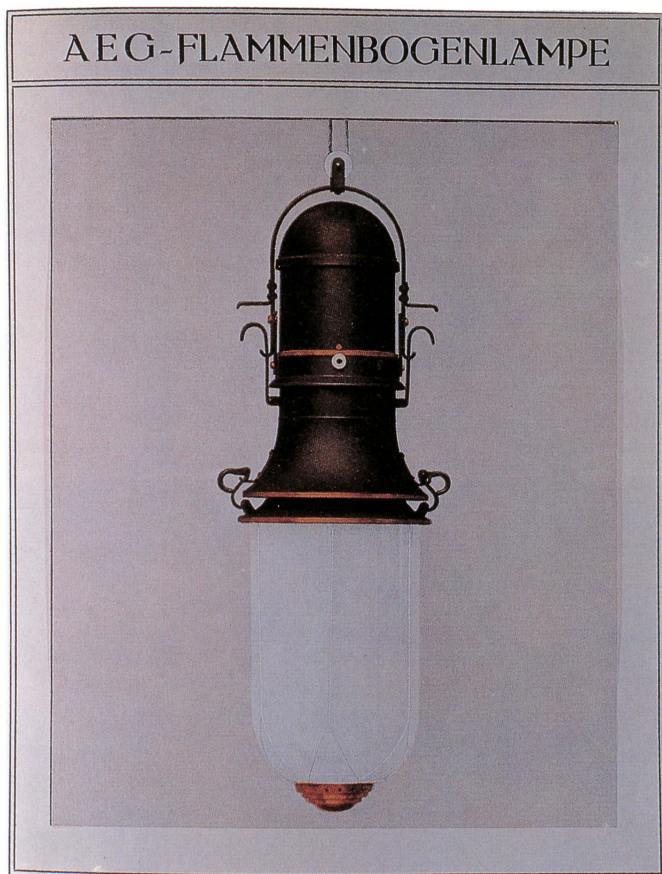
工作連盟の自信の最高のあらわれは、一九一四年にケルンで開かれた大規模な展覧会であった。それは、ベーレンス、グロピウス、ムテジウス、ヨーゼフ・ホフマン、ブルーノ・パウル、ブルーノ・タウト、アンリ・ヴァン・ド・ヴェルドの建物を含んでいた。グロピウスのモデル工場とタウトのガラス・パヴィリオンは、現代建築のフォークロアとなっている。ケルンで示された工業への楽天的な確信は、ちょうど同じ時期にパリで開かれたイギリスのアーツ・アンド・クラフツ運動の展覧会の過去指向の方法と対照的であった。

一九一四―一八年の戦争の後、工作連盟は工業デザインの問題に以前ほどは関わらなくなった。一九二七年、ミース・ファン・デル・ローエの指揮で、シュトゥットガルトの住宅に捧げられた展覧会を開いた。ワイゼンホフ・ジードルング、理想的郊外が、その成果であった。一九三四年、ナチの認可を受けられず、工作連盟は解体した。第二次大戦後に復活し、今もつづいている。」

マクダーモットは工作連盟の設立を一九〇六年としているが、一般的には一九〇七年がはじまりとされている。ここで語られているように、この組織は、イギリスのアーツ・アンド・クラフツ運動のギルドをモデルにしているが、工業化を積極的に認め、デザイナーだけでなく、産業資本家をメンバーに含めているところがちがっている。

工作連盟の成り立ちをもう少しくわしく追ってみることにしよう。

イギリスやフランスに比べるとドイツは工業的にも後発であり、デザインもおくれていた。その近代化は、一八九〇年代のゼツェッション運動によってはじまる。その拠点となったのは、ミュンヘンやドレスデンであった。ドレスデンでは、カール・シュミットによりドレスデン工房が一八九八年につくられ、同じくこの年、ミュンヘンに、手工芸のための総合工房ができている。さらに、ドイツ家具工房、ミュンヘン室内装飾工房がつづいている。

ドイツは急激に工業化し、イギリスに追いつこうとしていた。一九〇〇年のパリ博、一九〇二年のトリノ博、一九〇四年のセントルイス博などを通して、ドイツは新しいデザインの情報を得ることができた。そのような影響を受けて、一九〇六年に、ドレスデンで第三回応用美術展が開かれる。

この展覧会が、フリードリッヒ・ノイマンにドイツ工作連盟の設立をうながしたといわれる。自由主義的な政治家であったノイマンは、機械による大量生産とモダン・デザインの協力を確信し、カール・シュミットと共に、工作連盟の組織を準備した。

ヘルマン・ムテジウスも一九〇六年のドレスデン展に好意的な批評を行なった。彼は建築家で、一八九六年からロンドンのドイツ大

●ペーター・ベーレンス　AEGのためのランプ　1909

使館に滞在し、英国建築を見学した。一九〇三年までいて、レポートを定期的に送りつづけた。そして帰国して、『英国住宅』全三巻を出した。ムテジウスによって、この時期のイギリスの建築とデザインがドイツにくわしく伝えられたのであった。

彼が特に注目したのは、イギリスの住宅の実用的、機能的な面であった。ラスキンやモリスの思想にひかれながら、同時にノーマン・ショーなどのフリー・スタイルの住宅に魅せられていた。また、マッキントッシュについても、ムテジウスは熱心な紹介者であった。ドイツやオーストリアに、イギリスの建築とデザインが大きな影響を持ったことは注目すべきである。ウィーンのアドルフ・ロースなどもイギリスの家具から多くを学んでいる。

ノーマン・ショーからC・A・ヴォイジーにいたるアーツ・アンド・クラフツ運動の建築についてはこのところ再評価されているが、折衷的であるとして認められなかったイギリスのフリーなデザインが、ドイツに回路を持っていたことをもっと明らかにしなければならない。

イギリスとドイツの間に、ムテジウスとは別な回路を開いたのは、ヘッセ大公エルンスト・ルドウィヒである。彼の母はヴィクトリア女王の愛娘アリスであった。ヘッセの首都ダルムシュタットは、世紀末に繁栄していた。ヴィクトリア女王はしばしばここを訪れている。ヘッセ大公は、少年時代、イギリスで過ごしたこともあり、自由主義的な君主で、芸術愛好家であった。彼は一八九二年に大公になったが、まだ二十三歳であった。ヴィクトリア女王の夫アルバートにならって、芸術を保護し、ダルムシュタットを文化都市にしたいと思った。

一八九七―八年、ヘッセ大公は、イギリスのヒュー・マッケイ・ベイリー・スコットとチャールズ・ロバート・アシュビーを招いて、新宮殿のデザインを任せた。ミュンヘンのオットー・エックマンも、大公の書斎の室内装飾を手がけている。そして一八九八年には、ダルムシュタット芸術家村が計画され、まず、ハンス・クリスチャンセンが招かれる。彼は、家具からガラス工芸、グラフィック・デザインにいたる万能のアーティストである。

この芸術家村は、三年契約で作家が招かれ、家を提供され、自由に製作することができた。一八九九年には、七人の若い作家が選ばれ、ダルムシュタット七人組といわれた。その中にはペーター・ベーレンスや、ウィーン・ゼツェッションのヨーゼフ・マリア・オルブリヒがいた。彼らの最初の仕事は、一九〇〇年のパリ博のドイツ館のインテリア・デザインであった。

一九〇一年、オルブリヒとベーレンスは芸術家村にそれぞれ自分の家を建てた。オルブリヒの家は、ドイツの民家のスタイルをとり入れたもので、アール・ヌーヴォーの曲線から、直線的なスタイルへの移行を示していた。彼の大公のためにつくったエルンスト・ルドウィヒ・ハウスは、英国のC・H・タウンゼンドなどの影響を受けているといわれる。オルブリヒの最後の建物となったのは、一九〇七年、エルンスト・ルドウィヒの結婚を祝して建てられたホーホツァイトシュトルムで、手のひらを形どった記念塔で、その幾何学的なユニークなデザインは、現代建築の里程標となっている。

オルブリヒは一九〇八年に没する。ダルムシュタット芸術家村の一つの時代が終る。しかし、すでに、一九〇二年ごろから、ベーレンスはオルブリヒに対立し、ダルムシュタットからデュッセルドルフに移りつつあった。

ダルムシュタット芸術家村は、モダン・デザイン史の一つのエピソードとなったが、このように、デザインによって産業を振興させようとする地域運動は、ドイツの他の地方でも起っていた。たとえばサクソニー大公は、ワイマールにつくった公立の美術工芸学校の校長にアンリ・ヴァン・ド・ヴェルドを迎えた。さらに、カールスルーエ、デュッセルドルフ、ベルリンなども、デザインに力を入れはじめている。

ドイツ工作連盟は、これらのドイツ各地でのデザインの目覚めを結集したものであった。ヘルマン・ムテジウスは、アンリ・ヴァン・ド・ヴェルドとフリードリッヒ・ノイマンの協力を得て、工作連盟をつくった。ベルギーのヴァン・ド・ヴェルドは、一八九九年からドイツに住み、一九〇六年にワイマール美術工芸学校の校長になったところであった。ノイマンは、ドイツ文化の復興を待望し、新し

●ブルーノ・タウト　長椅子

い機械時代の芸術を待っていた。彼は有能な組織者で、工作連盟のメンバーは、一九〇八年に四百九十二人であったが、ピークの一九二九年には約三千人に増えた。

イギリスのアーツ・アンド・クラフツのギルドとちがって、工作連盟は、かなりちがった立場の人々の集まりであったので、まとまった一つの方向をつくり出すのは困難であった。一九一四年のケルン展で、その対立点が明らかになった。一九一二年に本部をベルリンに移した工作連盟は、このケルン展でその存在をアピールした。百に及ぶ展示館がつくられた。

そこでは、伝統的な装飾を使ったものから、モダン・デザインの先駆となる製品までが雑多に並んだが、すでに、規格化された、機能的デザインが登場していた。美術と機械化との対立が激しくなりつつあった。工作連盟に参加したヴァン・ド・ヴェルドは、あまりに規格化、機械化されていく傾向に危険を感じていた。

ムテジウスは、輸出のために大量生産することができる規格化されたデザインを主張した。彼は、両面から攻撃された。ワルター・グロピウスやブルーノ・タウトといった新しい世代の建築家からは、現状肯定にすぎないといわれた。一方、ヴァン・ド・ヴェルドのようなユーゲントシュティルの個人主義をのこす人々は、ムテジウスの〈規格化〉は、デザイナーを工業家の手先にしてしまうと考えた。

このような反対を受けて、ムテジウスは、やや、その〈規格化〉の厳密な適用をゆるめ、妥協しなければならなかった。したがって、一九一四年のケルン展では、多様なスタイルが雑居していた。ブレーメン＝オルデンブルク・ハウスのパウル・ルドウィヒ・トルーストのインテリアはネオ・バロックであり、ワルター・グロピウスのインテリアは、十九世紀調で、ペーター・ベーレンスの家具は、ネオ・クラシック、ヴァン・ド・ヴェルドの家具はユーゲントシュティルというふうであった。

最も好評だったのは、ウィーン工房のぜいたくな個人趣味の作品を展示したオーストリアのパヴィリオンであった。ここで、ウィーン工房とドイツ工作連盟の関係に触れておこう。一九〇七年にミュンヘンで工作連盟が結成された時、ウィーン工房の多くのメンバーが参加した。興味深いのは、アドルフ・ロースがひどく反対していたことである。彼はそれをウィーン・ゼツェッションの末期的なものと見ていたらしい。

一九一二年、工作連盟の第五回会議はウィーンで開かれた。ウィーンの美術工芸館では春季展が開かれ、オーストリアの工芸を展示した。これをきっかけとして、一九一三年、オーストリア工作連盟がつくられた。そして、一九一四年のケルン展で、ヨーゼフ・ホフマンがオーストリア・パヴィリオンを設計し、ウィーン工房の作品が評判を集めた。

一九一四年の時点では、美術と大量生産技術の問題は、まだ決定的ではなく、歴史的スタイルやアール・ヌーヴォーなどが混在していた。モダン・デザインが一般化するのは、一九二〇年代を待たなければならない。

ペーター・ベーレンス

ドイツ工作連盟の初期に、最も大きな役割を果したのは、ペーター・ベーレンスである。アール・ヌーヴォーの中で育ちながら、時代の変化に合わせて、自在にそのスタイルを変えていく彼の生涯は、そのままモダン・デザインの歴史となっている。

ベーレンスは一八六八年にハンブルクに生れている。両親を早く亡くしたので、ハンブルクの上院議員ジーヴェキングに育てられた。父の遺産を受継ぎ、上流社会で育ったので、彼は、社交界のクールな紳士といった雰囲気を持っていたという。

美術を学び、一八八九年にミュンヘンに出た。世紀末のミュンヘンでは、ゼツェッションが結成され、ベーレンスは、友人のオットー・エックマンとともに参加する。一八九八年の「キス」という二人の女がキスをしている木版画は、ユーゲントシュティルの本にはたいてい載っている。

彼は版画を手がけるようになって、日本の浮世絵やゴーギャン、ヴァロットンなどのような平面的な表現を用いるようになった。また、絵だけでなく、インテリア・デザインに興味を持った。世紀末の雑誌『パン』を通して作家との交友を持ち、彼らの部屋をデザイン

●リヒァルト・リーマーシュミット　コーヒー・ポット(右・1913)、椅子(左・1903)

した。グラス、陶器、家具のデザインもするようになり、工芸美術の総合工房の第一回展（一八九九）に参加する。絵画からはしだいに離れる。

ベーレンスが、画家からいきなりデザイナーになってしまうプロセスがもう一つはっきりしないのだが、親友のオットー・エックマンも、すでに一八九四年に絵を捨てて、デザインに転向しているので、世紀末には、デザインが絵より魅力的に感じられたのではないだろうか。また絵画の平面的テクニックからデザインへの転向が容易だったのだろう。

一八九八年、ベーレンスはワイングラスをデザインしている。家具のデザインは一九〇〇年ごろからという。やはり非常に器用な人だったのだろう、短い間に、デザイナーに転向し、すぐに注目されている。一八九九年に、工芸作品展を開き、そこで認められて、ダルムシュタット芸術家村のメンバーに招かれるのである。

一九〇〇年にダルムシュタットにやってきたベーレンスは、自分の家を設計する。オランダやデンマークの民家をモチーフとしたフリー・スタイルの住宅であった。この時期に彼が熱中したのは劇場のデザインであった。劇場だけでなく、芝居の演出まで考えている。しかし、芸術家村の主導権はオルブリヒにあり、ベーレンスと対立したので、劇場のプランは実現しなかった。やがてベーレンスは活動の場をダルムシュタットの外に移していくのである。

一九〇七年に大きな転機が訪れる。この年にドイツ工作連盟が結成され、ベーレンスも参加するのであるが、この年に、彼はAEGの仕事を依頼される。AEG（総合電気会社）は、エミール・ラテナウによって設立され、エディソンの電気照明のドイツにおける製造権を得た。そして二十世紀のはじめに、電気やモーターなどをあつかう世界でも最も強力な企業の一つとなっていた。そのAEGがベーレンスをデザイン・コンサルタントに選んだのである。

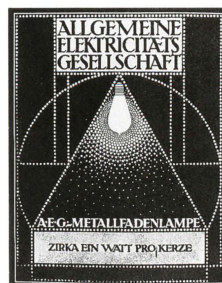
ベーレンスのAEGでの仕事は、モダン・デザイン史の最もスリリングで重要な一頁であるにもかかわらず、どうして、AEGがベーレンスを選んだのか、あまりはっきりしないらしい。アラン・ウィンザー『ペーター・ベーレンス——建築家・デザイナー』（一九八一）によれば、AEGの重役であったパウル・ジョルダンがベーレンスを直接に招いたのだそうである。ウィンザーはさらに、ベーレンスがAEGの創立者の息子ワルター・ラテナウと多くの共通の友人を持っていたことを指摘している。

ワルターは、作家たちと交友があった。シュテファン・ツヴァイク、ホフマンスタール、リルケ、そして、演出家のマックス・ラインハルト、画家のムンク、デザイナーのヴァン・ド・ヴェルドも友人であった。『ストゥディオ』にベーレンスの作品を紹介したフランツ・ブライも、知り合いであった。彼らを通して、ワルターとベーレンスもつきあいがあったらしい。

ドイツ工作連盟をつくるきっかけになった一九〇六年のドレスデン展は、AEGの幹部にも刺激を与え、デザインが企業のイメージに大きな影響を持つことが意識された。そこでベーレンスが注目されたのである。おどろかされるのは、一つの企業のトータル・デザインを一人のデザイナーに任せようとする発想が生まれていることである。やがてベーレンスは、AEGのポスターやパンフレットから、工場、社員住宅、さらに電球などの全製品、社員の日常品までをデザインするようになる。このような総合的な、統一的なデザインのシステムが実験されたのであった。

ベーレンスは、電球、電気湯沸し器などのAEGの電気製品をデザインし、現代社会の新技術が必要とする道具に形を与え、インダストリアル・デザインの広い場所を開いた。

そして、AEGの工場を含む建築を手がけるようになる。まず、展示会のディスプレイ、パヴィリオンをデザインした。一九〇八年の第一回ドイツ造船業博覧会のAEGパヴィリオンは八角形の建物で、これによって彼は、建築家として認められた。このパヴィリオンの形は、ロマネスクの教会などをモデルとしていたが、単純化され、ほとんど装飾のないジオメトリックなデザインが、新鮮で現代的に感じられた。ベーレンスの特徴は、このような、古い、クラシックな形の再生にあったようである。

AEGで当時注目されていたのはタービンの製造であった。注文が多いので、大きな工場をつくることになった。それはベルリン最

●ペーター・ベーレンス 「キス」（右・1898）、AEGの広告（左・1907）

大の鋼鉄製の構造物となるはずで、大小二つのホールが接していた。このタービン工場の大ホールは、天井から移動クレーンが下げられており、全体は、クレーンのための支持台ともいえ、それにカヴァーをつけたような建物であった。

ベーレンスは、カール・ベルンハルトという技師と協力して、できるだけシンプルな、機能的な建築を設計し、現代建築の新しい頁を書いたとされる。もっとも、AEGタービン工場は、まったく純粋な機能主義の表現というわけではなく、やはり、ベーレンスの芸術意志による理想型が押しつけられ、決して、エンジニアの構造物ではないことが、最近の研究によって明らかにされている。モダン・デザインは、ベーレンスを出発点として、機能主義を追求してきたのであるが、その行きづまりの状況の中で、あらためて起源にもどってみると、ベーレンスのデザインも、決して機能主義だけではなく、歴史的伝統と多くのつながりを持っていることがわかってきた。

エドワード・ルシー＝スミスは『インダストリアル・デザインの歴史』(一九八三)で、「ベーレンスはある意味で、かなりコンヴェンショナル(伝統的)なデザイナーである」といっている。彼の住宅建築は、ネオ・クラシックの折衷なのである。また、その家具や食器のデザインも、イギリスのアーツ・アンド・クラフツからとり込んだものが多い。

ルシー＝スミスは、ベーレンスを次のように位置づけている。

「ベーレンスは、画家から建築家となり、しばしば〝最初のインダストリアル・デザイナー〟と呼ばれる。しかしこの栄誉はむしろクリストファー・ドレッサーにこそふさわしい。ベーレンスはいくらかちがっている。彼は、最初のハウス・デザイナーであり、一つの巨大な工業会社によってつくられた視覚的衝撃に寄与したのである。」

ハウス・デザイナーは訳しにくいが、ここでは、企業専属のデザイナーという意味だろう。ある企業につきっきりで、そこの工場、店の建築から、商品のデザイン、広告までの面倒を見る。ベーレンスは、AEGのハウス・デザイナーとなり、企業とデザイナーとの新しい関係をつくったのであった。

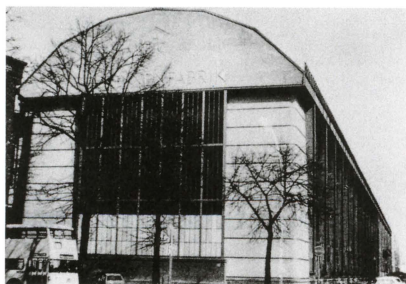
ルシー＝スミスは、「ベーレンスが最も評価されるのは、扇風機のような、家庭の環境の中に機械をうまく定着させるデザインの領域である」としている。ベーレンスは、住宅をつくる時は、コンヴェンショナルである。しかしタービン工場のような、まったく新しいジャンルのデザインにも機敏に対応することができる。

そのような彼の特性は、ドイツ工作連盟に共通したものでもあった。家具や食器といった古くからある領域においてよりも、現代の技術的変革、特に電気がつくり出した環境のためのデザインで、工作連盟は活躍した。その中心は、家庭用の電気器具である。電気照明具のような、それまでなかった物のデザインをドイツ工作連盟はとり上げた。彼らは、それらの、これまで見たこともなかった不思議な物を、博覧会の会場ではなく、一般家庭に持ち込むのに大きな役割を果した。

電気や機械を家庭で、日常的に使うために、親しみやすい形を与えなければならない。ベーレンスのコンヴェンショナルな面は、それに役立ったのではないかと思われる。まったく新しい形に、私たちはすぐ慣れることができない。古い形を再生し、新しい機能に着せることで、電気スタンドや扇風機が、古い家具の間に落着くことができたのであった。

ハウス・デザイナーの出現という新しい状況についても注目しておかなければならない。新しい技術環境は、視覚的衝撃としてあらわれる。新しい産業は、イメージを持たなければならないのだ。トレードマークや商品の形、ポスター、そして、工場の建築そのものが、産業の視覚化であり、そのパブリシティが重要になってくる。現代の広告のシステムが誕生する。そのような産業の視覚化のために、専門のデザイナーが呼び出される。

ペーター・ベーレンスは、そのようなデザイナーであった。彼は、巨大な産業を、統一的なイメージで視覚化することができ、そのイメージを大衆に伝えることができた。このような、大企業と一人のデザイナーの幸せな結びつきは、モダン・デザイン史において、あまり例がないように思える。

AEGの電気的な世界は、ベーレンスの私的な想像力のうちにとらえられている。私はそのことを幸せであるというのである。しかしそのような蜜月は、それほど長くはつづかなかったようだ。

●ペーター・ベーレンス　タービン・ホール　1909

DESIGNERS' WORKSHOP
デザインの現場
バックナンバー紹介

■特集／エコロジー
地球のためのデザインのすすめ
〈92年4月号｜No.53｜定価1800円（税込み）〉

■特集／プリント大全
〈92年6月号｜No.54｜定価1800円（税込み）〉

■92年7月号増刊｜No.55
12インチのギャラリー
LP時代を彩ったレコード・ジャケット／沼辺真一編
〈改装して書籍として発売中〉

■特集／タイポグラフィ百花繚乱
〈92年8月号｜No.56｜定価1800円（税込み）〉

■特集1／デザインのサーフェス
特集2／タイポグラフィ百花繚乱 Part2
〈92年10月号｜No.57｜定価1800円（税込み）〉

■特集／コミックスの芸術家たち
〈92年12月号｜No.58｜定価1800円（税込み）〉

■特集／もっと立体つくりたい
〈93年2月号｜No.59｜定価1800円（税込み）〉

■93年4月号｜No.60
［定価1800円（税込み）］

■特集／明日、われわれはどこに住むか・建築の提言
国内外の建築家、22名によるさまざまな建築のありかたを紹介
原広司＋篠原一男＋北川原温＋高松伸＋伊東豊雄＋バーナード・チュミ＋ドミニク・ペロー＋ダニエル・リベスキンド＋ミハエル・ベロフ＋マッシモ・イオザ・ギーニほか
新連載として、海野弘のモダン・デザイン史再訪、柏木博のデザイン時評、Macintosh Special Training

■93年4月号増刊｜No.61
北の・あたらしい・まちづくり
サッポロファクトリー
［定価2500円（税込み）］

ビール工場を再利用した「生活工房・サッポロファクトリー」。建築・空間設計、アート＆デザインを手がけた人々のメイキング・ドキュメント

■93年6月号｜No.62
［定価1800円（税込み）］

特集／コンピュータ時代のデザイン
プロダクトから感性表現まで、コンピュータがデザインの手法や思想を変化させる現場を徹底リポート
ウゴウゴ・ルーガ、重藤賢一、トッド・ラングレン、西海岸リポート［スコット・フィッシャー、ジョージ・コーツほか］、戸田ツトム、ソニー＋資生堂＋パイオニアなど

■93年8月号｜No.63
［定価1800円（税込み）］

特集1／ホンネの広告
広告の新たなありかたを求めて活躍する業界のスターを紹介
大貫卓也、佐藤雅彦、副田高行独占インタヴューなど
特集2／コンピュータ時代のデザイン2
西海岸最新リポート、エヴ・ランボス、長谷川章など
新連載としてミラノだより、世界のデザインスクール

■93年10月号｜No.64
［定価1800円（税込み）］

総力特集／東京デザインガイド
国際デザイン都市東京の「デザインのいま」が体験できるスポットと、画材ショップやギャラリーなど、デザイン活動に欠かせない情報を網羅
在青山有名デザイン事務所アポあり訪問記、上野宏介の恵比寿散策スポット、デザイナーゆかりのナイトスポット、銀座のモダニズム建築とディスプレイ堪能など

■93年10月号増刊｜No.65
Musician's Art Works
イラスト基礎テクニック講座
［定価1800円（税込み）］

藤井フミヤ、裕木奈江、原マスミ、たまなど、絵を描くミュージシャン20人のインタヴューとイラストテクニックを紹介。画材別技法解説付き

■93年12月号｜No.66
［定価1800円（税込み）］

特集／ファッション
時代(ヴィジョン)は言葉より先に服になる
時代の気分を表出するファッションデザイナーが求める、創造性の真意
山本耀司、マルティーヌ・シットボンvsマーク・アスコリ対談、佐藤孝信、パオロ・ロヴェルシ、パリ・プレタポルテコレクション・リポートなど
ほかに、ロンドン・グラフィックデザインリポート
新連載、タナカノリユキ＆江並直美のエレクトロニック実験工房マック・シェイク

■94年2月号｜No.67
［定価1800円（税込み）］

大特集／イラストで行こう！
いま気になるイラストレーターを大特集。十人十色の作品と技法が満載
阿部真理子、飯田淳、大鹿智子、桑原正俊、後藤えみこ、サダヒロカズノリ、茂利勝彦、しりあがり寿、末続あけみ、ソリマチアキラ、ひらいたかこほか、話題の広告でみかけた絵描き職人、近代芸術集団、SPARK、67531graphicsなど
ほかに陶芸家中村錦平、グラフィックデザイナー清水清の仕事を紹介

■94年4月号｜No.68
［定価1800円（税込み）］

特集／ロンドン・ストリート・スタイル
世界の音楽シーンをリードするロンドンで、音楽に密着して生まれるストリート・カルチュアを広く紹介
88年以降のレコジャケ、フライヤー、ビデオ、雑誌などを紹介。デザイナーズ・リパブリック、ダニエル・プール、Gスポット、レッド・オア・デッド、デヴィッド・ルイスインタヴュー。ストリートカルチュア変遷史、デザインスポット案内、留学案内など

■94年4月号増刊｜No.69
紙とデザインの事典
［定価2500円（税込み）］

伊藤桂司、立花ハジメ、成瀬始子など18名の作品を20種のファインペーパーで紹介。歴史や製法、印刷との関係など、紙にまつわる情報満載

■94年6月号｜No.70
［定価1800円（税込み）］

特集1／有機デザイン
自然とデザインの新しい関係
息づく素材をつかい、自然と共生するデザインを試みる作家を紹介
鈴木エドワード、シー・ユー・チェン、高橋永順、田甫律子、パラダイス山元VSチチ松村、伊勢克也

特集2／ファッション界を揺るがすベルギー・アントワープのクリエイター
王立アントワープ美術アカデミーリポート、ドリス・ヴァン・ノッテン、ウォルター・ヴァン・ベイレンドンク
ほかに、ジャン・フィリップ・デロームインタヴューなど

■94年8月号｜No.71
［定価1800円（税込み）］

特集／東京エディトリアル1994
5組の注目のデザイナーによるエディトリアルの実験
中島英樹、鈴木成一、木村裕治、東泉一郎、タイクーングラフィックス
ほかにインディーズメディアの旗手4人による座談会報告、ジョナサン・バーンブルックによるタイポグラフィ、病院のデザインの現場など

■94年10月号｜No.72
［定価1800円（税込み）］

特集／グラフィックデザインのニュージェネレーション
32人のデザイナーによるcoolなヴィジュアルとデザイナー8人のインタヴュー
青木克憲、荒木優子、井上庸子、蝦名龍郎、柏本郷司、澤田泰廣、平野敬子、福島治
スペシャル企画／トウキョウ・ポップ・アンセム！
ミュージック系グラフィックデザインの現場、新しい写真、東京の最新ポップカルチャー事情ほか
ほかに、カレル・フォンテイン撮り下ろしフォト、テリー・ダウリングインタヴュー

■94年12月号｜No.73
［定価1800円（税込み）］

特集1／タイポグラフィックス
ロゴ・デザインを中心に気になるタイポの作者を取材。新旧東西のタイポが満載
仲條正義、松本弦人、細谷ゲン、マシュー・カーター×浅葉克己ほか
特集2／未来へ提案！
プロダクトから都市計画まで「生活のデザイン改造作戦」
不満アンケート、自転車で歩ける街、バリアフリー・デザインの現状、究極の未来のデザイン、病院のグランド・デザインほか

以上のバックナンバーは以下の書店でお買い求めいただけます。東京／渋谷・大盛堂（03-3463-0511）　リブロ青山店（03-3408-0701）　流水書房青山店（03-3470-2211）　青山ブックセンター六本木店（03-3479-0479）　銀座・近藤書店（03-3571-2480）　銀座・福家書店（03-3574-6993）　八重洲ブックセンター（03-3281-1811）　京橋・INAXブックギャラリー（03-5250-6543）　新宿・紀伊國屋本店（03-3354-0131）　青山ブックセンター新宿店（03-3344-0881）　リブロ池袋店（03-5992-8800）　三省堂本店（03-3233-3312）　神田・富山房（03-3291-2577）　町田・久美堂東急ハンズ店（0427-28-2772）　**横浜**／有隣堂横浜東口ルミネ店（045-453-0811）　**青森**／成田本店（0177-23-2431）　**栃木**／進駸堂書店城南店（0285-28-2288）　**名古屋**／白樺書房西店（052-774-7223）　パルコブックセンター名古屋店（052-264-8526）　**大阪**／ユーゴー書店大阪芸大店（0721-93-6897）　旭屋書店難波店（06-644-2551）　リブロ八尾店（0729-99-1381）　**京都**／ジュンク堂京都店（075-252-0101）　**山口**／中央書店岩国店（0827-24-1614）　**兵庫**／神戸・ジュンク堂ブックセンター（078-252-0777）　リブロつかしん（06-420-3070）　**岡山**／紀伊國屋書店岡山店（086-232-3411）　**富山**／BOOKSなかだ氷見店（0766-91-3615）　**福山**／啓文社キャスパ店（0849-31-8866）　**福岡**／明屋書店春日店（092-596-8080）

＊No.52以前は在庫切れです

Adobe

クリエイティブ・パワーが加速する。

待望のPowerApplication、登場。

Power Macintosh

Adobe Dimensions 2.0 J 日本語版 価格40,000円

多くの新ツール、インターフェースの強化、そしてフレキシブルな編集機能を実現

ポストスクリプト言語の3Dオブジェクトと特殊効果を手軽に作成・編集できる3Dレンダリングアプリケーションとして高い評価を得ているAdobe Dimensions。早くもPowerApplicationの登場です。今回のバージョンアップによって高速処理を実現しただけでなく、ユーザーからのニーズを反映させ、数多くの新機能を追加。シンプルな対話形式で3Dオブジェクトの作成が可能になり、はるかに自由に立体イメージを扱うことができるようになりました。

●680x0系Macintosh版/PowerApplication同梱 ●必要システム：68020以上のプロセッサ搭載のMacintoshおよびPower Macintosh、漢字Talk7以上、数値演算プロセッサ搭載マシン推奨、アプリケーションRAM2MB以上(Power Macintosh使用時には、3MB以上)

Adobe Premiere 4.0 J 日本語版 価格120,000円

プロフェッショナル仕様の新機能を拡充！ 大幅な編集精度の向上を実現

トリミングウィンドウ、自動クリップ挿入の編集機能、29.97フレームレートのサポート、カスタムフィルタ、特殊効果、バッチ処理など、プロ待望の高度な編集機能を新たに追加。編集作業のシンプル化と精度レベルの向上の両立を実現し、映像やマルチメディア分野の方々に強力なクリエイティブ・パワーを提供します。新機能に関するチュートリアルやヒント&テクニック集などを満載したデラックスCD-ROMが付属しています。

●680x0系Macintosh版/PowerApplication/デラックスCD-ROM同梱 ●必要システム：68020以上のプロセッサ搭載のMacintoshおよびPower Macintosh、漢字Talk7以上、アプリケーションRAM4MB以上、80MB以上のハードディスク、QuickTime1.6.1以上 ●推奨システム：RAM6～20MB、カラーモニタ、QuickTimeキャプチャーカード、500MB以上のハードディスク、CD-ROMドライブ

●発売日等、営業に関するお問い合わせは…
営業部専用電話：092-722-4857
(祝祭日を除く月～金／9:00～17:00)

●アップグレードおよび登録についてのお問い合わせは…
アップグレード専用電話：092-752-5266
(祝祭日を除く月～金／9:30～12:00、13:00～17:00)

●動作環境等の技術的なお問い合わせは…
顧客サービス専用電話：092-752-5264
(祝祭日を除く月～金／9:30～12:00、13:00～17:00)

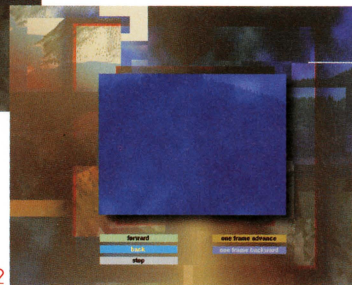
●資料請求FAX番号：092-722-4862
資料をご希望の方には、郵送にて、システムソフト取扱製品総合カタログをお送りいたします。

システムソフトは、Adobe Dimensions、Adobe Premiereの国内販売元です。
システムソフトにユーザー登録されたお客様は、今後のアップグレード、サポートなどの有償または無償のサービスを受けることができます。
※Adobe、Adobeロゴ、Adobe Dimensions、Adobe PremiereはAdobe Systems Incorporated(アドビシステムズ社)の各国での登録商標もしくは商標です。
※その他の会社名、商品名は各社の商標または登録商標です。※製品の仕様、価格は将来予告なしに変更することがあります。
※表示価格に消費税は含まれておりません。

3．停止ボタン
set the movieRate of sprite 2 to 0

どれもごく単純なスクリプトで，映像キャストが配置されているスプライト番号さえ間違えなければ，どんな映像でも確実に制御できる。しかし，「ボタンを押すと1フレーム進む」のようなスクリプトは，映像の種類（再生スピード）により，少し設定値を変えていく必要がある。
たとえば15fpsの映像データを考えてみる。Directorで使用している映像再生時間の単位はTicksなので，まずfpsとTicksを関連させる必要がある。その関連式は次のとおり。
60ticks=1秒=15fps
つまり，60ticks=15fpsとなり，1フレームが4ticksに相当することになる。そこで，

4．フレームを進めるボタン
set the movieRate of sprite 2 to 0 ————映像の再生をストップさせる
put the movieTime of sprite 2 into presentTime————ストップした状態での映像時間を変数presentTimeに格納
set the movieTime of sprite 2 to presentTime + 4————映像時間を今の時間から 4 ticks後つまり1フレーム後に設定
※putとsetの後に置かれる前置詞は取り違えやすいので注意が必要。

完成作品 1

完成作品 2

完成作品 3

製版担当者から ひとこと

石塚　晃
㈱恒陽社印刷所
〒140　品川区南品川5-11-45
TEL 03-5479-5276
FAX 03-5460-5264

最近のDTPの品質向上と共にデータ量の多さも加速度的に増えてきている。いままではフロッピー数枚でこと足りた仕事がMO入稿等に変化してきている。ここで問題になってくるのは，作業終了後のデータバックアップである。いつまた使うとも知れないデータを日常業務としてバックアップをまめにしている人はあまりいらしゃらないだろうから，データサーバーあたりがいっぱいになってはじめて行なうのがつねであろう。さてみなさんはデータバックアップに何をお使いだろうか？
一般的なバックアップの方法としては，MOにそのままデータを保存して保管するか，またはDAT（最大4GB）や8mmビデオテープ（最大8GB）があるが（これはサーバーを丸ごと専用システムで定期的に，自動処理で行なう手法で本来的なバックアップである），ある一部のデータを再利用するとなるとかなり面倒である。そこでCD-ROMの利用となる。ランニングコスト（1MBあたりの単価）は低いし1枚に1回しか書き込めないが，書き込み用の機械が手頃になっているし，最近のDTPで使用するマックには標準でCDドライブがついているのでこれを利用しない手はない。いわゆるデータのべた焼（最大650MB）ではあるが，仕事単位でデータを保存すればそれほど容量が問題になることもないであろう。何よりも在版流用で仕事が発生したときにはそのままマックにCDをマウントすればすぐ仕事にかかれるし，収納にも場所をとらずにすみ，MOよりデータ信頼性が高いのも魅力だ。

6

使用ソフト：Quick Flix 1.1J=32,000円（問合わせ先=レトラセットジャパン　03-5721-1644）

だんだんと雲間を離れていく効果が表われる。
このままだと一方通行の動きなので，これに逆向きの動きをつけたい。Virtual Clipを複製し，横に置く。さらにFilter設定を再び開き，Image Panの設定を左右反転させてやればよい。[図8／図9]

8

9

5）３Ｄアニメーションと合成させる
２つ並んだVirtual Clipsを，再びBlockツールで選択し，今度はSuper Imposeトラックにドラッグして，そこにVirtual Clipを作成する。前に作成しておいた３Ｄアニメーションを取り込み，これをVirtual Clipと部分的に重なるようにトラックAに配置する。
Super Imposeトラックに配置されたクリップは，他の映像トラックに配置されたクリップと異なり，透明度が設定できるようになっている。クリップの下線を一番下にドラッグすると，映像トラックの画像が100％見えるようになる。この機能を使い，徐々に雲間から風景が見えてくるような映像を作成する。
以前本稿でも扱ったことのあるScenery Animatorのように，誰にでもかんたんに３Ｄアニメーションが作成できるソフトが登場するようになった。残念ながら，質的にはもう一歩といった面もあるが，映像編集ソフトを使えば，そうした欠点もかなり解消できる。これは映像編集ソフトを使う利点のひとつでもある。[図10]

10

Directorを使って作成した映像データを利用する

さて作成した映像データをDirectorに取り込み，Directorからこの映像を制御する（再生を開始したり，ストップしたりなど）仕組みをつくってみる。映像のサイズは320×240なので，当然背景が必要となる。最初に行なうことは背景画像の作成である。

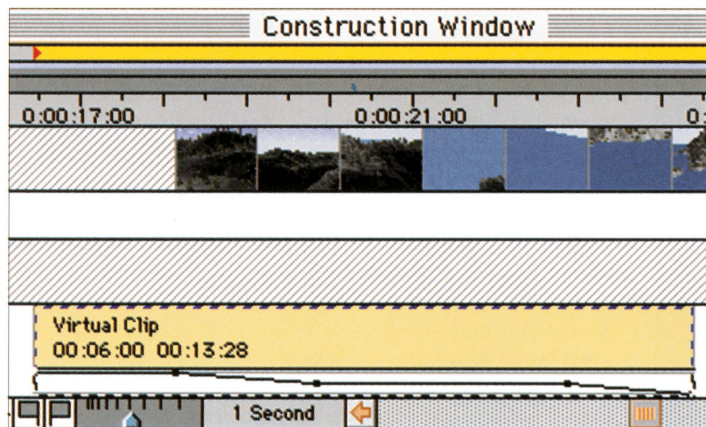
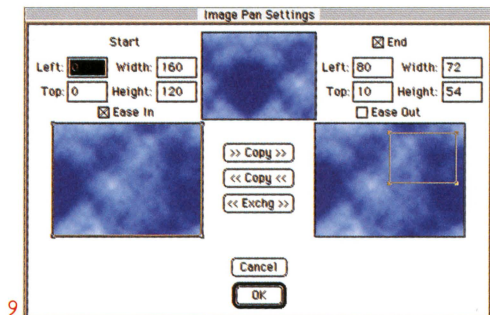
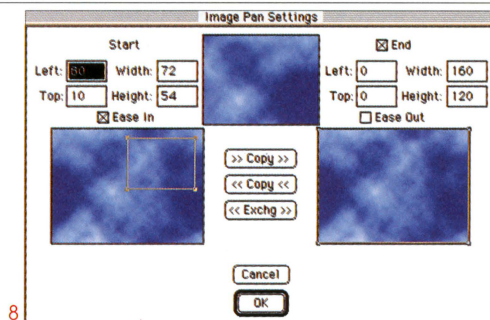
1）背景画像の作成
グループでやっているなら話は別だが，個人的に作業を進めている人の場合，Directorでの作業に来るまでに映像作成などで相当な労力を使うはずだ。ここまできて再び画像をつくるとなるとかなりしんどい。役に立つかどうか保証の限りではないが，筆者がよく使っている安易な画像制作の方法を説明してみる。映像データを筆代わりにして画像を作成する方法だ。

制御する映像を取り込みステージに配置。スプライト情報で適当な大きさに映像サイズを設定する。スコアの映像が配置されたセルをクリックし，左端にある軌跡と移動をチェック。リターンキーで映像が再生されるので，その映像をドラッグして適当に動かすと，いろいろな場面が表示された画像が作成される。気に入ったら，コマンド+シフト+3でスクリーンダンプをとって完成である。作成された画像が気にいらなかったら，コマンド+Ｒで先の作業を繰り返せばよい。

2）素材の配置
1）で作成した背景と映像データを取り込む。映像キャスト情報でムービー設定画面を開き，ループと開始時ポーズをチェックしておく。

3）Lingoを記述する
制御用のボタン（自分で作成した画像，デフォルトボタン，フィールド）を作成し，各ボタンに次のようなスクリプトを記述する。※映像キャストはSprite 2とした記述方法

1．再生ボタン
set the movieRate of sprite 2 to 1

2．リバースボタン
set the movieRate of sprite 2 to -1

に文字を重ね合わせる，文字を移動させる，文字の影を映像に落とすなど，ごく簡単な設定で瞬時にできる効果を利用したい。

●画像処理［図3／図4］
画像反転，コントラスト強調など，画像編集ソフトが持っている機能を映像編集ソフトも持っている。これにも，合成機能と同じように，動きの表現を取り入れることができる。たとえば，徐々に画像処理の程度が増加していくなど。使い方によっては，たった一枚の静止画からでもとても面白い映像効果が引き出せる。

映像データの利用方法

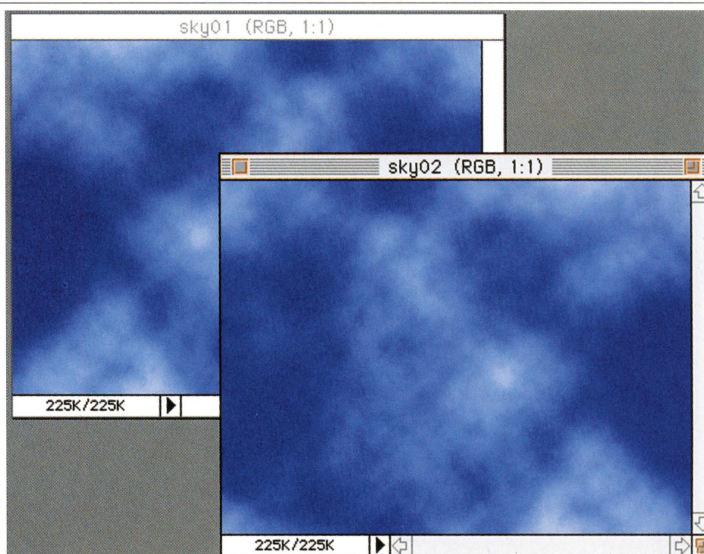
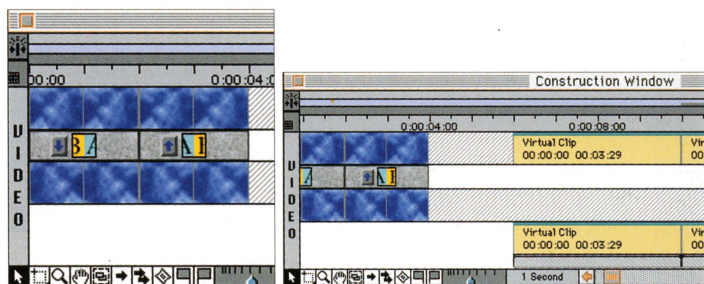
現在コンピュータで利用できる映像（QuickTime Movie）のスペックを見てもわかるように，映像を単独でモニター上に再生し，利用するのは苦しい。Directorなどのソフトに取り込んで利用するのが一般的だ。取り込んだ映像は，動く情報のスクラップにしたり，より大きな画像をつくる部分にしたりなどさまざまに利用できる。こうした利用の中で必要になるのが映像の流れを制御する方法。
実例では，Directorのプログラムを利用してこれについて解説しよう。
画像編集あるいは映像編集ソフトのような素材を加工するソフトを使用する場合，それに適した素材がある。筆者の個人的な体験では，いかにもそのソフトの素材というものよりも，一見難しそうな素材のほうがよいようだ。たとえば一枚だけの静止画を使ってひとつの映像を作成してみる。作例では，流れる雲の映像をつくる。

5

6

7

1）雲をつくる
どうせ静止画を素材に選んだのであれば，この静止画も写真ではなくコンピュータで作成したい。使用するソフトはPhotoshop3.0，新規作成で320×240サイズを設定し，前景色，後景色に任意の色を施す。
Filter:Render:Cloudsを選択すると自動的に雲ができる。デフォルトの雲ではめりはりが少なく，空中に浮かんでいる雲の感じがしない。コントラストを調節後，この画像を複製してHorizontal反転，対象となるの2つの雲をつくる。［図5］

以下、Premiere4.0を使用
2）映像編集ソフトに素材を取り込む
作成した雲の画像を取り込み，再生時間を設定する（作業の段階では時間単位は全て30fpsで統一）。

3）素材（クリップ）を組立作業画面（=Construction）に配置
２つのクリップをそれぞれConstructionの映像トラックAとBに配置。ここで場面展開効果を使う。使用する効果はPush，クリップを他のクリップが押し退けて登場するような効果なので，雲が動いているように見えるわけだ。
素材となる映像（他の映像の効果を高めるために使用する）を作成する場合，切れ目のない動き（ループ）にしておくと何かと便利である。ループにするためには，さらにトラックAでBのクリップを複製し，横にならべて，場面効果の向きを逆に設定する。［図6］

4）Virtual ClipをつくりFilter効果を与える
流れている雲の映像はできたが，いまのままではたんに雲が横に流れているだけである。もう少しリアルに，雲間を飛んでいるような感じを出したい。今度はFilter効果を使ってみる。
Premiereの初期のヴァージョンでは，２つのトラックにまたがった映像にFilter効果を与えるには，一度この作業データをQuickTime Movieに変換する必要があった。4.0ではその作業は必要ではなく，瞬時にひとつのトラックに映像をまとめてしまう機能がある（場面展開効果も含めて）。それがVirtual Clip機能である。Block select toolで先程配置したクリップ全体を選択。トラックAの任意の位置にドラッグすると，そこに，Virtual Clipと表示されたクリップが配置される。［図7］
このクリップを選択してFilter効果を施す。選択する効果はImage Panであり，設定は左の画面（スタート時点）に適当な位置に小さい四角を置く。

裕はないが，必ず頭に入れて欲しいのは，画像圧縮が画像を劣化させる方法であるということだ。いったん作成した映像（QuickTime Movie）を素材に，さらに画像編集を行なうこともよくある。このとき，合成後の映像にも圧縮をかけるわけだから，画質は相当落ちてしまう。この辺の対策を考えたソフトもあるが，そうでないものを使うときは，最初の映像を作成するときには圧縮をかけないなど，自分なりの対策を立てる必要がある。ただし，圧縮をかけないQuickTime Movieはかなりのデータ量になるので覚悟しなければならない。

映像編集ソフトの概要

静止画を主に扱ってきた人にとって，映像編集ソフトで何ができるのか，いまいちピンとこないところがあるだろう。何ができるのかわからなければ興味を持つこともない。現在の映像編集ソフトのほとんどが持っている機能を中心に，映像ソフトの守備範囲をまとめてみる。

●映像のつなぎ合わせ

いくつかの異なる映像素材（編集ソフトではこれをクリップと呼ぶ）をつなぎ合わせてひとつのフィルム（映像データ）を作成するのは，映像編集作業のもっとも基本的な作業である。映像編集ソフトにもこの機能はあり，映像を再生しながら必要な部分を選択し，フィルムを机の上に並べたようにしてカットしながらつなげていくのが主たる方法である。

●場面展開効果

クリップ同士のつなぎ目に場面展開効果を使うと，映像に活気づく場合がある。別のクリップが徐々に表示されたり，画面中央からクリップが登場したりなど，選ぶのに苦労するほどこうした効果をヴァラエティ豊かに揃えているソフト（後に紹介するPremiere4.0やVideoShop3.0など）もある。

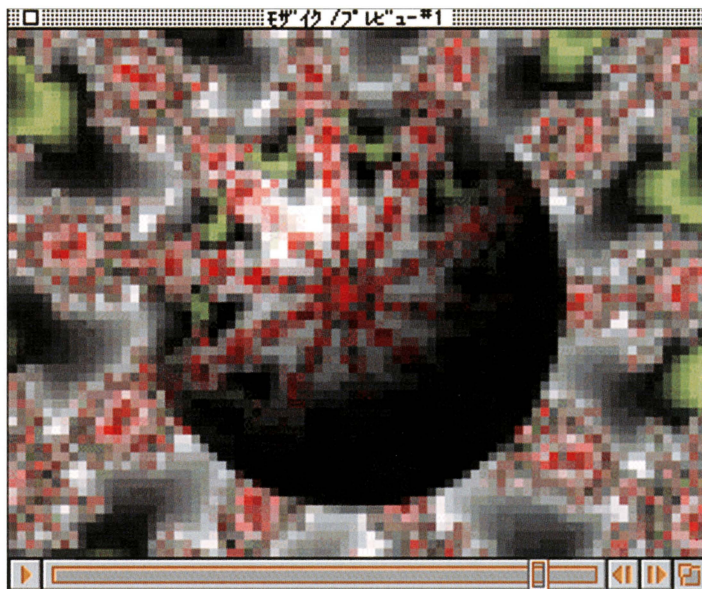
●映像の合成

静止画の合成とほぼ同じ機能であるが，一方のクリップ上を他のクリップが変形しながら移動するなど，映像編集ソフト特有の動きの表現が，合成に活かせる点が面白い。

●Super Impose（文字の焼き込み）[図1／図2]

タイトルなどの意味表示以外に，映像効果としても文字は重要な要素。映像

3

4

●Quick Flix 1.1Jを使ったかんたんな映像編集

1）Super Impose

全体像を語るだけの誌面はないが,他の映像編集ソフトにないQuick Flixの機能について，若干触れてみる。映像編集では，フィルムのつなぎ合わせがもっとも基本的な作業であり，コンピュータでの作業環境はこれまでのフィルム編集＝フィルムをカットしてつなぎ合わせる作業をモデルとしたものですでに述べた。映像編集で物語的なものをつくろうとする人にとって，この環境はかならずしも適したものではない。Quick Flixではフィルム的な編集機能も持っているが，もうひとつの作業環境としてストーリーボードという機能を持っている。これは各映像素材（クリップ）を再生順に収める箱で，順番を変えるには別の箱にクリップをドラッグ移動するだけでよい。

さてSuper Impose（文字の重ね焼き）をこのQuick Flixを使って行なってみる。クリップの最初から最後まで効果（文字が重なっている）を与えたい場合は，ストーリーボードの任意のクリップを選択し，文字効果を選ぶ。また特定の時間帯だけ効果を使いたい場合は，タイルテーブル（フィルムを広げた作業環境）で目的の時間だけクリップ上をドラッグし，文字効果を選ぶ。

文字入力画面が表示され，左下の枠に文字を入力，フォント，サイズ設定で一応の文字設定は終了である。さらに，映像的な表現として文字の移動を使いたい場合は，現在文字の周りを取り囲んでいる枠の大きさを調節。たとえば，下から文字が現れてくる効果を選んだ場合，この枠の下から現われるようになる。[図版1／図版2]

2）画像処理

クリップの選択方法は上記と同じ。今度は画像処理のたとえばモザイク効果を試してみる。時間変化による画像処理強度の変化は映像編集ソフトの大きな強みであり，当然このソフトにも用意されている。最初と最後の設定を個別に行ない，プレヴューボタン。実際にどんな変化になるのかがモニターされる。[図版3／図版4]

全般的に使いやすいソフトであるが，いくつか注意しなければいけない点がある。一般に，映像編集作業の段階で作業のデータ量が極端に増えることはない。作業の結果をQuick Time Movieとして書き出して始めて実データとなるわけだ。一方Quick Flixでは先に述べた作業を行なうごとに，新たに効果が加えられたQuickTime Movieの実データを作成し（ソフトが自動的に行なう）それを利用することになる。作業を始める前にハードディスクの空き容量を増やしておく。プレファランスの画像圧縮設定の画像の質を落し目にしておくなどの対策が必要である。

映像の基礎原理／再生スピード，画面サイズについて

物理の授業で最初に出てきた単位の説明をいいかげんに聞いていたばかりに，授業が進めば進むほどわけがわからなくなる，そんな経験をした人は多いだろう。自分にとって未知の世界に入っていくとき，その世界の基準値には十分注意を払う必要がある。とくにこれを知らなくても何となく作業ができてしまう場合が多いが，作業が複雑になればなるほど，この基準値を身に付けているかどうかで，作業スピードや正確さにかなりの差がついてしまう。

さて，映像の基準値だ。映像の基準値と呼ぶべきものは，再生スピードと画面サイズである。再生スピードは映像が映像であるためのもっとも重要な基準値。少しずつ異なる画像をどのスピードで切り替えればリアルな動きが表現できるのか。再生スピードとはこの画像を切り替える速さで，1秒間に何枚の画像（フレーム）を表示するかを表わす。具体的な記述方法は，たとえば10fps（frames per second）で，これは1秒間に10枚のフレームを表示する意味である。相当なスピードなので確認するのは難しいが，映画フィルムが約24fpsで，テレビ映像（ビデオ映像も含む）は約30fpsである。たんに再生スピードを示すだけでなく，個々の映像の再生時間を厳密に表示するものとしても，この単位は重要。たとえば「00：00：01：24」といった数字を見たことのある人もいるだろう。こうした表示方法をSAMPTEと呼び，意味はこの映像の再生時間は1秒と24フレームを表わしている（下2桁はフレーム数）。再生スピードによりこの表示方法は若干変化し，15fpsの再生スピードならば，00：00：02：14（2秒十14フレームの意）で下2桁が15になると00：00：03：00で，30fpsなら00：00：02：29が00：00：03：00となる。

映像編集では，個々の映像フィルムをカットし，他の映像とつなぎ合わせるのがもっとも基本的な作業である。この単位に慣れていないと，目的の再生時間に合った映像をつくるのにかなり時間がかかってしまう。

静止画での編集作業の場合，サイズ指定のある発注仕事以外は，それほどサイズに神経をとがらせる必要もない（解像度の話は別）。合成の場合も，たとえば中心的な画像に，他の素材のサイズを変更するなどは，簡単にできる。それに対し，映像編集は，フィルム単位（連鎖する画像）が素材である。フレームのサイズが同じ，もしくは，少なくとも縦横の比率が同じでないとうまくいかない。映像の基準サイズは640×480ピクセル，13インチモニター画面に相当する大きさだ。が，コンピュータで利用できる映像サイズは，320×240が上限といったところ。頭にいれて欲しいのは，むしろ，4：3の画像比率。4：3比率の映像（３Ｄアニメーションを含む）を，時間が余ったときにでもつくりだめしておくと，映像編集の際に思わぬところで役立ったりして便利だ。

コンピュータでの映像制作基礎事項

ビデオのように安定した世界ならば，映像の基本をざっと知って，後はなにをつくるかだけを考えればよいであろう。しかし，コンピュータで映像を処理する場合は，それ以前にいくつか越えなければならないハードルがある。こうした，コンピュータ特有の問題点に触れてみよう。

コンピュータで映像を自由自在に扱えない原因は，データ転送速度である。データ転送速度の向上が望めないならば，送るデータ自体を小さくしてしまえばいい。データ量を小さくする方法としては，画面サイズや再生スピードの調整と，データ圧縮の２つの項目がある。

●再生スピードについて

30fpsがビデオ映像の標準再生スピードだとすると，コンピュータでは15ないし12fpsが標準。再生スピードを遅くすると映像自体も遅くなると考えている人もいるかと思う。しかし，fpsはビデオ機器の早回しなどとは全然別の意味であって，1秒間に30分割していた動きを15分割で表現することを意味するわけで，動きがとびとびで表現されるのでスムーズさが悪くなるという意味である。動きの速さは変わらない。そして，30fpsから15fpsへの変換は途中のフレームを抜いていく変換なので，再度，30fpsに戻しても，元のスムーズな動きに戻ることは決してない。

●画像圧縮方法

通信などを利用している人なら，データ圧縮ソフトについてはお馴染みであろうが，映像再生のための画像圧縮（QuickTimeによる圧縮）はこれとは少し異なる。細かい点まで説明する余

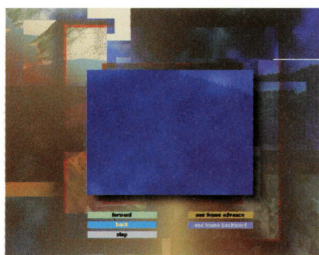
1

2

Macintosh

Special Training 12

映像編集ソフトの利用法

山中 修
Text by Osamu Yamanaka

●やまなかおさむ　1955年東京生れ。東京芸術大学美術学部芸術学科卒。現在,デザイン事務所M4を主宰。エディトリアルデザイナー,イラストレーターとして活躍。主な著書に『Macintosh 3Dグラフィック入門』(毎日コミュニケーションズ),『Mac de グラフィック・デザイン入門』(日本文芸社),『プロフェッショナルのための3Dアニメーション』(毎日コミュニケーションズ)

映像の世界は,コンピュータ(とくにパソコン)が手掛けてまだ十分な成果が得られていない分野だと言われている。が,本当のところはどうなのか,いくつかの映像編集ソフトを使いながら,コンピュータの映像編集の現状や将来的な展望について探ってみる。

コンピュータで映像を扱うとは

コンピュータで映像を扱うといっても,最初に映像の基本原理を知らなければならない。この基本原理がコンピュータ上ではどのように扱われるかが次の課題。そして個別の映像編集ソフトの扱い方を取得し,でき上がった映像データの利用方法を考える。以上のことがコンピュータで映像を扱う際にアプローチする基本的なプロセスである。具体的な作例の説明を始める前に,それぞれについて基本事項を簡単に説明しよう。

1

OTHER INFORMATION

OTHERS

第5回ワールドアートブックバザール　2/18-26
渋谷Bunkamura　ザ・ミュージアム（渋谷区道玄坂2-24-1　03-3477-9111）

■展示即売予定のアートブック

日本最大、8万冊を越えるアートブックの展示即売会が開催される。絵画、写真、グラフィックデザインなどを網羅した出品内容。特集タイトルは「モンド」。日替りトークといったイヴェントや破格値の日替りセール、出版界の新しい流れに対応してのCD-ROMの立ち読みコーナーもある。手頃な価格でお目当ての本が見つかりそうな9日間だ。

「クリエイターズ　バイブル3」　B5判　総127頁　1800円
美術出版社

シリーズ第3弾のテクニカル編。デザイン、編集、印刷についてのテクニックがバランスよくまとめられており、実際の現場でも役立つ情報が満載だ。なかでもDTPに欠かせない「レイアウトスキャナ」の基本・応用や、CGなどのデジタル画像ワーク、クリエイティヴ製版の扱いは豊富な実例や図版で初心者にもわかりやすい。

BT GUIDE

BT／美術手帖近刊ガイド　A5判　総306頁　1500円
美術出版社

2月号
現代美術のコレクター訪問

美術館ではなく、生活空間に現代アートを息づかせるコレクターたち。彼らを訪問取材してその審美眼と一種の表現者としての姿を探る。子供部屋に何気なくかけられた川俣正のドローイングといった、独特の空間が広がる。ほかにタデウシュ・カントルの展覧会報告や、林武史のインタヴュー、アーティストによるコンピュータ・ネットワークの最新リポートなど。

1月号
VERY NEW ART
90年代の海外注目アーティスト

創刊700号記念として、J・ファーブルやP・マッカーシーといった70人の海外注目のアーティストを大特集。彼らの作品やポートレイトとともに多様な切り口による評論も満載。「アートの現代」をコンパクトにまとめた内容。

NEXT ISSUE

画材といっても、平面表現のみでなく、布、木、合成樹脂など幅広い視点から自分にフットするものを見つけたいもの。次号は新素材から自然素材までを工具とともに徹底紹介。また各ジャンルのエキスパートによるハウツーやアトリエ訪問、オリジナル作品の制作と、実用と好奇心を両方満たした内容。また、連載も企画を大幅にリニューアル。

FROM EDITORS

●運動には縁がない人間なのですが、最近、天気のいい休日には、近くの公園内を走ることにしました。ずっと長い時間走り続けることは苦手で、走っては休み、走っては休み、すごく怠惰な走り方。でもやっぱりお休みしなくてはね。95年が始まって、20世紀も残すところ5年。この経験があったから嬉しい、といえるようなことにたくさん出会いたいものです。［し］

●世紀末も押しつまり？遂に90年代後半戦。不景気だ、停滞だとグレイッシュだったけれど、今回の取材を終えて各者各様、新しいコミュニケーションの方法で独自のメッセージを発信し始めている気配を感じてしまった。それにみんな元気。というわけで今年はおもしろくなりそう、と年頭にあたり予言しておきましょう。小誌もよきメディアを目指し頑張ります。［は］

●今回の多くは1960年生まれのクリイター。巷で言われる「X」のデザイナーたちだ。彼等の仕事内容をみると、独立独歩で自分の哲学（そのデザイン哲学は人生哲学に限りなく近いようだ）を求めていく姿勢が窺える。納得のいくオリジナル戦法でこぢんまりとした彼等自身の楽しみを究めて、それを小ロットで伝播していってほしい。大切に活動を見守りたい人たちだ。［や］

●今回の特集に登場するのはきっと「期待される」方々。でもこの「期待」ってむずかしい。次はこういうものを、と思うのは見る側のエゴだし、もっとマス的になると暴力にもなる。クリエイターの方々、そして生活する私たちも「期待」に縛られず、そのプロセスで何かを生んだりしつつ、気楽に進んでいければよいのかなと思いました。ご協力いただいた方々に感謝。［お］

●訂正とお詫び
前号（No.73）P.141の「タオオープニング大賞」の出品料は誤りで、正しくは「1点につき5,000円」でした。訂正するとともに関係者のみなさま、読者のみなさまにお詫びいたします。またP.35～の「アメリカの目で見た日本戦後デザイン史」の記事は鈴木紀慶氏の執筆によるものです。執筆者名が脱落していることを鈴木氏にお詫びし、改めて読者のみなさまにお伝えします。

GUIDE

AWARD

第7回勝見勝賞 柏木博氏が受賞

国際的な評論家勝見勝の功績を記念し、志を後世に伝えるために設置された同賞。第7回受賞者はデザイン評論家で東京造形大学教授の柏木博氏に決定した。広い視野での精力的な活動、なかでも現代の新しい技術や情報を深く考察し、デザインとそれらを結び付けようという姿勢が評価されての受賞となった。

リキテックス ビエンナーレ入賞展

現代美術の新しい才能を発掘する「リキテックス・ビエンナーレ」。第5回の大賞は、白と黒の画面にわずかに赤を配し、独特のエロチシズムを感じさせた鳥海淳子氏の作品。入選作品の展覧会を青山スパイラル・ガーデン（2月8日から13日）ほかで開催。詳しくはリキテックス・ビエンナーレ事務局（03-3977-5111）まで。

NEW GALLERY&SALE

輸入家具ショップ「POUR ANNIK」オープン

輸入家具は魅力的なデザインが多いが、値段が心配。そんななか、イタリア、スペイン、フランスより新しい提案モデルを適正価格で紹介するスペース「POUR ANNIK」がオープンした。デザインの方向性が変わったといわれるミラノなどの家具の現在に出会えるはずだ。●東京都目黒区下目黒5-1-13　03-5722-2355

第2回 洋書ビッグ・バーゲン

写真、デザイン、ファイン・アート、ファッションといったヴィジュアル洋書を中心とした大バーゲンセール。約3500タイトルが対象となり、新刊の大幅ディスカウントもある。見逃せない5日間だ。●場所＝新宿ルミネ7F　青山ブックセンター ●日時＝2月24日～28日●問合わせ先＝03-3344-0081

OTHERS

JAGDAの料金算定基準再改訂

客観的評価が難しいデザイン料金に公正なモノサシを、と日本グラフィックデザイナー協会が、不況で混乱のデザイン料金に新たな基準を制定した。11年前の第1弾の再改訂にあたるが、必要性はより高まっている。算定基準及び料金早見表などの問合わせは（社）日本グラフィックデザイナー協会　03-3404-2557

東京工芸大学に新しい学科が登場

1994年から開設された4年制の芸術学部。高度情報化社会に対応して、写真、映像、デザインという3学科を軸に、メディア・アートを芸術創造と情報処理の両面からアプローチする。実際に使える生の知識と、幅広い好奇心を触発してくれる内容が満載だ。●問合わせ先＝東京工芸大学　03-3372-1321

イット イズ デザイン スタッフ募集のお知らせ

（有）イット イズ デザインでは経験のあるグラフィックデザイナーを募集している。27歳位までの男性に限る。履歴書を送付のこと。書類選考の上、面接をする人にのみ後日、面接日が連絡される。●送付・問合わせ先＝同社　〒150　渋谷区神宮前3-38-11　原宿ロイヤルビル5F F号　03-3408-5753

住所変更・移転のお知らせ

●日本シリコングラフィックス株式会社
新住所＝東京都渋谷区恵比寿4-20-3　恵比寿ガーデンプレイスタワー31階　03-5488-1811（郵便物は同上の恵比寿ガーデンプレイス郵便局私書箱5011号）
●タイクーン　グラフィックス
新住所＝東京都渋谷区神宮前2-31-7　ビラ・グロリア402号　03-5411-5342

COMPETITION

第2回デザインフェスタ 出展者募集

プロをめざすデザイナーの卵たちが手づくりの作品を出展し、ファッションなどの業界関係者が発掘したり、来場者がオリジナルの商品を手にいれることができるデザイン・フェスタ。第2回（5月6、7日、晴海国際貿易センター東館にて）の出展者を募集●応募方法＝事前に参加申し込み書をとりよせ記入、返信用封筒（長3封筒に90円分の切手を貼り、自分の住所氏名を記入）とともに送付。出展料30,000円と必要に応じた備品代を代表者の名前で振り込む●登録締切＝2月末日●問合わせ先＝（株）ナガオカスタジオ　デザイン・フェスタ開催事務局　〒160　東京都新宿区西新宿7-2-6　西新宿K-1ビル7階　03-3368-1996

第1回日本茶茶器 国際デザインコンペ

きゅうす、湯のみといった茶器、茶の時間を演出する道具のデザインを募集。テーマは「国際社会における新しい日本型のデザイン」。製品化が可能で実際の反復使用に耐えられるもの●作品規定＝所定の登録票を添えて応募。デザインスケッチ、CG立体画像ともにB3判パネルを使用。カラーで材質・サイズがわかること。制作意図を添付。1人3点以内。ただしセット作品はセットで1点とする。グループでの応募も可●賞＝大賞1点100万円●応募締切＝2月28日●応募・問合わせ先＝ネオジャパネスクIN静岡実行委員会　〒420　静岡県北番町81　静岡県茶業会館　静岡茶商工業協同組合内　054-271-1955

環境を形に 板橋エコロジカルアート展

「自然」「暮らし」「地球」「リサイクル」などをテーマにした自由な発想の作品。テーマの選択は自由●作品規定＝1.写真：白黒・カラーは問わず。L判までのプリントで提出。2.映像：5分以内。8ミリまたはVHSテープで提出。3.平面：B3またはB2の画用紙を使用。縦横は自由。立体：70cm×70cm×70cmまでの作品を撮影した2L判までのプリントで提出●応募方法＝規定の応募用紙に記入のうえ作品もしくは選考用写真に添えて提出●賞＝区長賞30万円●応募締切＝2月15日必着●応募・問合わせ先＝板橋区役所リサイクル推進課「いたばしエコロジカルアート展」係　〒173　板橋区板橋2-66-1　03-3579-2257

BRAUN社による インダストリアルデザインコンペ

ドイツのブラウン本社では若手インダストリアルデザイナーを育成するために「BRAUN PRIZE」を制定している。国際的なコンペティションで、デザイナーと生産者のかけ橋となる●応募規定＝以下の3点が必要。1.できるだけ簡潔にその作品のデザインの革新性を英語もしくはドイツ語で説明したもの。2.実際の作品の写真数枚と、デザイン画（30cm×40cm以内で4枚以下で構成すること）。3.原型へのコメント。選考のうえ入選作品は現物を送付することになるが8月31日までに連絡がある。詳しくは要問い合せ●登録締切＝7月31日●応募・問合わせ先＝Braun AG BM-C Postfach 1120 61466 Kronberg Germany

GUIDE

OTHERS

MACWORLD EXPO TOKYO開催

恒例のMACWORLD EXPO TOKYOが開催される。今回はアップル社とコラボレーション関係にある企業や、教育やDTP関連、ネットワーク、エンターテインメント関係といった周辺企業の出展が、ソフト、ハードとも目立つ。またホームユーザーとビジネスユーザーそれぞれに対応するようなコーナーを設置。作品づくりのノウハウを学ぶ実践から、より専門的なパワーユーザー用のマスター講座、最新DTV（デスクトップヴィデオ）編集までが体験できる。前回を超える出展数の今回、コンピュータカルチュアの総体をつかむことができそうだ。●日時＝2月25日～28日●会場＝幕張メッセ（日本コンベンションセンターの4ホールから8ホールまで）●参加費＝当日2,000円●問合わせ先＝MACWORLD EXPO / TOKYO事務局　03-5276-3751

クォークパブリッシングをもっと活用したい人に

すっかり定着しつつあるDTPによる編集、デザイン作業。どんどん進歩する周辺情報をいち早く提供する雑誌『QUARKIANS』（大手書店、出力センターなどで購入可）がソフトウェア・トゥーから登場する。米国QUARK本社の全面協力を得て編集され、広い範囲でDTP文化をとらえた内容だ。創刊号は2月初旬に発行され、以後季刊となる。また、同時期に「クォーク　パブリッシング　コンファレンス'95」も開催される。2日にわたるセミナーと、展示会、ワークショップから構成され、QUARK本社のトップクラスの技術者をはじめ日本語開発担当者による日本初リリースの新技術も発表される。●日時＝2月7日、8日●会場＝パシフィコ横浜・会議センター●参加費＝2日間共通66,950円●問合わせ先＝クォークパブリッシングコンファレンス事務局'95　03-3497-1409

WORKSHOP

充実したパネリスト「都市文化学校」

日本で唯一のインテリア単一のデザイン専門学校としてスタートしたインテリアセンタースクールが、2月から「ICSカレッジオブアーツ」と名称を改める。それに先駆け11月から「都市文化学校」と題して、芸術と産業と文化の融合を試みるデザインセミナーを行なっている。2月はパネリストに北川フラム氏、北川原温氏をむかえ「環境とデザイン」、3月は川崎和男氏、鈴木エドワード氏をむかえ「生活とデザイン」、4月は妹島和世、水谷壮市、牛建務をむかえ「空間とデザイン」というラインナップになっている。●日時＝2月10日、3月10日、4月10日、18時30分から20時30分まで（開場18時）●会場＝ICSカレッジオブアーツB1F 30YEARSホール●入場料＝各回とも1,000円●定員＝120名●問合わせ先＝トークセッション事務局　03-5701-2211

PRODUCT&CRAFT

フランク・ロイド・ライトの照明器具がよみがえる！

フランク・ロイド・ライト財団のオフィシャル・ライセンスを与えられたヤマギワが、2年をかけて5シリーズ、12点の復刻照明器具を完成させた。ほとんどがオリジナルと同素材で、忠実に再現されたライトのコレクションは必見。●価格＝50,000円から●問い合わせ先＝ヤマギワ株式会社　03-5275-3111

6変化機能の工具マシーン発売

工作に必要な6種類の器具に変身する工具ブロック「ユニマット1」が発売された。ひとつの機械がジグゾウ、旋盤、サンダーなどになる。木工、軟質金属でのものづくりに便利な1品。より高度な製作に対応できるオプション部品も発売されている。●定価＝68,000円●問合わせ先＝セイコーテクノ　03-5952-6825

COMPETITION

大館大文字まつりポスター原画募集

大館大文字まつりのポスターの原画。●作品規定＝洋画、日本画、イラスト、デザイン、写真など平面に限る。作品中に、.必ず「大館大文字まつり」「おおだて大文字まつり」および「8月16日」「秋田県大館市」の文字を入れること●作品規定＝B1用紙を縦使用で1人2点以内●応募方法＝作品の裏面右上に氏名・性別・住所・電話番号・年齢・職業を明記。また作品は着払いで返送するので応募の際に「返送要・不要」を明記のこと●賞＝採用1点＝25万円、佳作2点＝3万円●応募締切2月28日必着●応募・問合わせ先＝大館市観光物産課内「大館大文字まつり」係　〒017　秋田県大館市中城20　0186-49-3111

第5回エス・バイ・エル住宅設計コンペ

テーマは抽象絵画の先駆者、「ワシリー・カンディンスキーの家」。●作品規定＝A1判ケント紙かそれに類する厚紙1枚に平面図、配置図、立面図、断面図、透視図（模型、写真可）その他設計意図を表現する図面と説明文。青焼き、鉛筆、墨入れ、着色、写真貼付自由●応募方法＝事前に官製ハガキに標準必要事項（氏名にふりがな）、勤務先、勤務先所在地、電話番号を明記し応募登録。折り返し応募要項、登録票が送られる●賞＝大賞1点＝150万円●登録締切＝3月15日必着●応募・問合わせ先＝（株）新建築社「第5回エス・バイ・エル住宅設計コンペ」係　〒113　東京都文京区湯島2-31-2　03-3811-7101

平凡社主催「アニマ賞」

テーマは「動物の生態、行動、形態を記録したもの」。●作品規定＝カラー、モノクロプリントキャビネ判以上。組写真（10枚～20枚で1点）に限る。カラースライド（リヴァーサルフィルム）は35ミリ以上。マウントすること。別紙に400字以内のテーマ解説（1点ごとに解説と、その通し番号も）を明記。1点ごとに標準必要事項、撮影場所、制作時期を添付●応募方法＝作品は簡易書留、書留または宅急便で送付。作品返却希望者は、返送料を添付●賞＝アニマ賞1点＝30万円●応募締切＝2月28日●応募・問合わせ先＝（株）平凡社　編集4課「アニマ賞」係　〒152　東京都目黒区碑文谷5-16-19　03-5721-1254

関空ヴィジョン映像コンペ「でんがなまんがな」

関西国際空港に設置され大型映像マルチヴィジョンによるインフォメーションシステム「かんくうヴィジョン」で放映する映像作品を募集。テーマは「MULTI PERFORMANCE」●応募方法＝事前に所定の応募要項を電話かハガキで応募先に請求●作品規定＝フィルムは8ミリか16ミリ、1/2、3/4インチで規格は不問。30秒を1単位とする1分以内の映像でパブリックスペースで放映するにふさわしいもの●賞＝DENMAN大賞1点＝100万円●応募締切＝4月30日●応募・問合わせ先＝「かんくうヴィジョン映像コンペ『でんがなまんがな』1994」係　〒541　大阪市中央区安土町3-2-14　本町河野ビル2F　0120-136-199

PICK UP

ILLUSTRATION

「Welcome to Ultra Heaven」展　1/9-2/4
HB10周年グループ展　2/6-11
HB展　2/19-24
HBスタッフOBによる「here after」。
七戸優「物理学談義」展　2/20-25　　藤本将展　2/27-3/4
クレヨンウォーズ展　3/6-11　　堀口忠彦展　3/13-18
堀口ケイ展　3/20-25
HB GALLERY（渋谷区神宮前4-5-4　原宿エノモトビル1F　03-5474-2325）日曜休

深町薫展　2/6-11　　森英二郎展　2/27-3/4
梅田美代子展　3/6-11　　本荘雅治展　3/20-25
スペースユイ（港区南青山3-4-11　ハヤカワビル1F　03-3479-5889）日曜休

竹屋すごろく「INSIDE／OUTSIDE」展　1/30-2/4
森隆一展　2/13-18　　野村真澄展　2/20-25
川手久子「そらにとりうみにさかな」展　2/27-3/4
「SESSIONS」展　3/6-11
ツイヒジカズマサ、スギモトタツヒコ、ヌカガジュンジのグラフィックアート。
安藤俊彦「Motor Cycles」展　3/13-18　池上幸志展　3/20-25
Pinpoint Gallery（港区南青山5-10-1　フタバビルB1　03-3409-8268）12/25-1/16、日曜休

永野ヒロコ展　2/13-18　　長谷川タカコ展　2/20-25
江原利子展　2/27-3/4　　川添美紀展　3/6-11
叶雅生展　3/13-18　　牧かほり　3/20-25
ギャラリーハウス・MAYA（港区北青山2-10-26　03-3402-9849）日曜休

石丸雅巳・ゴトウヒロシ展　1/30-2/4
いしだよしひろ展　2/6-11
石田民己・馬渡響子展　2/13-18
藤岡慎・山下哲朗展　2/20-25
永井等展　2/27-3/4　　コンタバリ展　3/13-25
ART BOXギャラリー（港区六本木6-3-8　六本木MISUビル3F　03-3746-4141）日曜休

BELNE「PLEASE!」展　12/22-1/30
ライブハウスのように音楽をかけてパーティーなどのイヴェントも満載。
矢野千春展　2/12-20　梶永良展　3/1-9
アート・ギャラリーせ・らーる（新宿区歌舞伎町1-30-1　ペペ6F　03-3205-2673）無休

イラストレーション　1995「ザ・チョイス大賞」展　2/6-3/3
中山尚子展　3/6-3/31
クリエイションギャラリーG8（中央区銀座8-4-17　03-3575-5494）土・日曜・祝日休

「LIFE WALKER」展　2/14-19
田中美和、坂崎千春、原田良子、田村智美によるイラストレーションの共演。
銀座ギャラリー中沢（中央区銀座4-3-14　中沢ビル3F　03-3561-6625）月曜休

「世紀末の記録アート・1　東京1995」展　2/13-3/17
激しく変化する都市、東京。「時代の写し絵」としてのイラストレーションでそれを描き、記録していこうという試み。イラストレーターズ・ソサイエティの会員130名が1テーマずつ描く記録アートの集大成。
パルコ　スペース　パート3（渋谷区宇田川町14の5　03-3467-5905）無休

はまだのりこ「Three Faces」展　2/2-7
スペースプリズムデザイナーズギャラリー（名古屋市東区東桜1-2-26　マツイビル3F　052-953-1839）水曜休

OTHERS

写楽参上200年記念世界ポスターデザイン展　2/17-3/5
写楽デビュー200年記念ということで、映画や、さまざまなイヴェントが企画されているが、その一環として行なわれる世界各国のデザインポスターを集めた展覧会。
パルコギャラリー（渋谷区宇田川町15-1　パルコパート2　8F　03-3477-5873）無休

マーク・コスタビ展　1/6-2/19
現代ニューヨークを代表するアーティスト、マーク・コスタビ。24歳で初の個展を行なって以来、情報化社会を痛烈に批判しつつも根底には人間に対するユーモアや愛情がある彼の作品は新年にふさわしいものだ。今回はキッスなどの新旧おり混ぜた展示に加え、本展にあわせて制作したオリジナルポスターも販売される。
ギャラリー・ショウ・コンテンポラリー・アート・エキシビション・スペース（渋谷区神宮前3-7-5　MSビルB1F　03-3403-7270）月曜休

「ル・コルビュジェのモチーフ：女性」展　1/23-3/10
建築家コルビュジェと関わったダンサーやインテリアデザイナーといった女性たちを紹介しながら、絵画（タブロー、コラージュ、スケッチ）、彫刻、文章といった作品に見られる女性表現のさまざまな軌跡や、その背景を探る。
ギャラリー・タイセイ（新宿区西新宿1-25-1　新宿センタービル17F　03-5381-5510）土・日曜・祝日休

「日本のブックデザイン」展　2/6-28
1946年から95年までに活躍した作家をとりあげ、ブックデザインの流れを追う。
「東京タイポディレクターズクラブ」展　3/6-28
恒例となったTDC展。広告、映像作家などの作品に海外招待作品を加えたパワフルなタイポグラフィ作品が会場を埋めつくす。
ギンザ・グラフィック・ギャラリー（中央区銀座7-7-2　DNP銀座ビル　03-3571-5206）土・日・祝日休

山本容子「シェイクスピアのソネット」展　1/17-2/4
ガレリア・グラフィカ（中央区銀座6-13-4　銀座S2ビル　03-5550-1335）日曜・祝日休

「ニューヨークADC」展　1/9-2/3
第73回アメリカ国内・第8回国際入賞作品を展示。
クリエイションギャラリーG8（中央区銀座8-4-17　03-3575-5494）土・日曜・祝日休

ピーター・コーヴォス展　1/2-2/20
セゾン美術館（豊島区南池袋1-28-1　03-5992-8700）第2、第3火曜休

イチハラヒロコ「悪いけどこの恋はにがさん」展　1/21-2/14
ランゲージアーティストとして、個人的な感情や私的なアート表現として白い面に黒いゴシック文字を並べるイチハラヒロコ。今回は平面、立体合わせて20～30点で構成。バレンタインデーにちなんで「恋愛」がテーマ。
スタジオ0422（武蔵野市吉祥寺本町1-5-1　吉祥寺パルコ8F　0422-21-8116）無休

「サウンドトロニクス・フィールド」　1/18-3/5
プログラミングによって独自の音楽世界を構築している赤松正行。コンピュータによる音響反射板「サウンドトロニクス」をつかって、それらが相互に伝播し、拡散して生まれる重層構造的なフィールドが展開する。
ジーベックホワイエ（神戸市中央区港島中町7-2-1　078-303-5600））火曜休

赤瀬川原平の冒険展　1/21-4/2
多機能型芸術家赤瀬川原平の学生時代の作品から、最近の絵画・写真作品まで、500余点で構成される初の回顧展。
名古屋市美術館（名古屋市中区栄2-17-25　白川公園内　052-212-0001）月曜休

キース・ヘリング回顧展　1/12-2/19
今も世界中の人びとをひきつけ続けるキース・ヘリング。本展は彼の版画作品を集大成した200点を超える展示内容。シルクスクリーン、リトグラフ、エッチングなど多様な手法で制作されたポップでチャーミングな作品の数々は見応え十分だ。
三菱地所アルティアム（福岡市中央区天神1-7-1　イムズ8F　092-733-2050）無休

PICK UP

PHOTOGRAPHY

ハーブ・リッツ展　1/13-2/15

マドンナなどのポートレートで人気を博した作家による「アフリカ」をテーマにした展覧会。現地の人達や動物を撮ったモノクロ約30点を展示。

『PROJECT・裸男』展　3/7-28

興津一矢、広川泰士、多田えつ子による、バロックから近代にかけての名画などの構図における男女を入れ替えるという試み。たとえばゴヤの「マハ」などの裸婦が男性ヌードになっていたりする。奇妙で不可思議なモノクロ約30点を展示。

パルコギャラリー（渋谷区宇田川町15-1パルコパート2　8F　03-3477-5873）無休

石田美穂子「CHANCE ON」展　1/26-2/7

松田隆「Frequency」展　2/9-28

スタジオ・エビスフォトギャラリー（渋谷区恵比寿1-9-2　スタジオ・エビス2F　03-3444-5522）無休

長坂芳樹「VOICE」展　2/16-28

さまざまな雑誌でのポートレイト撮影などで活躍する作家による、ニューヨークの無名アーティストの肖像。モノクロ25点で構成。何かをつくりだすエネルギーを持つ彼等の表情は、有名、無名を超えて魅力的だ。

ブルース・ウェーバー展　1/26-3/14

ファッション写真界でも人気作家となったブルース・ウェーバーの「O RIO DE JANEIRO」シリーズから約30点を展示。

EXPRESSION・I.C.A.C.ウェストン・ギャラリー（新宿区新宿3-15-16　03-3509-2200）水曜休

オノデラユキ展　3/6-25

ガレリアキマイラ（大田区久が原1-22-1　03-3754-2200）でも同時期（2/28-3/25）に開催される、写真新世紀に入選したフランス在住の写真家の個展。

ツァイト・フォト・サロン（中央区日本橋室町1-7-2　八木長ビル5F　03-3246-1370）日曜・祝日休

セイドゥ・ケイタ展　1/18-2/7

マリ共和国で写真館を開きながら、独自の方法でモノクロのポートレイト写真を撮ってきたセイドゥ・ケイタ。1977年の引退までに数千点もの作品を撮影。マリの社会風俗の歴史を伝える貴重な資料としても興味深い。今回の指示のもと新たにプリントされたモノクロのポートレイト35点を展示。

ザ・ギンザアートスペース（中央区銀座7-8-10　ザ・ギンザビルB1F　03-3572-2121）会期中無休

本橋成一「無限抱擁―チェルノブイリ・いのちの大地」展　2/16-22

近藤斉「街貌」展　2/23-3/1

コニカフォトギャラリー・大阪（大阪市中央区西心斎橋1-5-5　千代田生命御堂筋ビル9Fコニカ関西支社内　06-252-5434）日曜・祝日休

遊佐辰也「ECSTATIC GARDEN」展　1/9-2/10

独特の浮遊感をちりばめた写真や映像作品で知られる作家による展示。

ブレーンセンター　ギャラリー（大阪市北区梅田1-1-3-200号　大阪駅前第3ビル2階　06-346-5461）日曜・祝日休

ハナヤ勘兵衛「写真にささげた生涯」展　1/28-3/19

関西写真界の草分けハナヤ勘兵衛の生涯にわたる作品100点で構成。写真作家にとどまらず写真の普及、啓蒙に努めた彼の活動記録を数々の資料とともに展示。

芦屋市美術博物館（芦屋市伊勢町12-25　0797-38-5432）月曜休

ARCHITECTURE&INTERIOR

創作木工「椅子」展　2/9-18

「スペースプランニングの提案」として木工作家、立体作家の　創作椅子を集めて。

ギャラリーアメリア（港区南青山6-13-26　03-3400-3663）会期中無休

隈研吾「建築　転送の速度」展　2/10-3/31

アジアのバラックを彷彿とさせる「伊豆の風呂小屋」、巨大な柱をモチーフにしたシンボリックな作品「M2」などを発表し続ける隈研吾。最近では「亀老山展望台」で「自然を見るための建築」をとり戻すなど、さまざまなスタイルをその表現にとり入れる彼の作品情報をCD-ROM化させ、モニター上で自由に操作したり、TV電話で作品と交信したりと、ヴァーチャルな空間で建築疑似体験ができる。同氏による講演も別会場で予定されている。詳しくはギャラリーに問い合わせのこと。

GALLERY・MA（港区南青山1-24-3　03-3402-1010）日曜・祝日休

真壁籐「龍宮」展　2/6-28

アートファニチュアを主体とした居住空間を演出。家具と彫刻の接点をさぐりつつ、くつろぎを提案する。また、海をテーマにした作品もともに紹介。

AC,GALLERY（中央区銀座5-5-9　阿部ビル4F　03-3573-3676）会期中無休

「吉祥のデザイン」展　3/6-5/28

日本各地の旧家に見られる吉祥のデザイン（瓦、門壁紙）や伝承される祝いごとなどを紹介する、日本の伝統の良さを再確認できる企画展示。

INAXギャラリー（中央区京橋3-6-18　INAX銀座ショールーム2F　03-5250-6579）不定休

「住んでみたい街」展　1/17-2/10

週間『住宅情報』に連載された「新・住んでみたい街」シリーズで発表された写真家の荒木経惟、飯田鉄、高梨豊による作品で構成。彼らが思い入れのある街を探索し、その様子とたたずまいを紹介する。

ガーディアン・ガーデン（中央区銀座8-8-18　ガーディアン・ガーデンビル　03-5568-8818）土・日曜・祝日休

CRAFT

柳原睦夫作陶展　3/9-25

オブジェ作家による「オリベ風」壷、鉢などを展示。

赤坂グリーンギャラリー（港区赤坂4-8-8　03-3401-5255）日・月曜祝日休

SO「Textile Exhibition 自然を感じて」展　2/27-3/4

女子美術短期大学テキスタイルコースの卒業生で結成された<SO>の展覧会。

ワコール銀座アートスペース（中央区銀座5-1-15　第一御幸ビルB1　03-3537-3798）日曜休

角偉三郎展　3/20-25

輪島塗りの作家による、うるしを壁面にするといった現代美術的な作品展。

ギャルリ・プス（中央区銀座5-14-16　銀座アビタシオン201　03-5565-3870）日曜・祝日休

「工芸・新世代の技」展　1/21-2/9

東京芸術大学在校生、卒業生が発表する自由な発想による彫金、染色、陶芸など。

すみだリバーサイドホール（墨田区吾妻橋1-23-20　03-5608-6116）会期中無休

滝本吟・ばんばまさえ展　3/4-16

コットンをつかった立体オブジェや、絞りを駆使した布によるインスタレーション。

アン・ヘンダーソン展　3/18-30

アイルランドの作家による石や植物といった自然の物を使ったインスタレーション。

ギャラリー　ギャラリー（京都市下京区四条河原町下ル　寿ビル5F　075-341-1501）日曜・祝日のみ予約が必要

「布市場」展　3/17-26

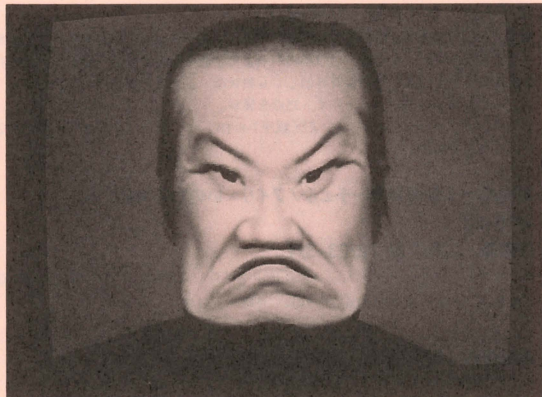
テキスタイルデザイナーによる布の生地とオリジナルデザインウェアの展覧会。

ギャラリー住吉倶楽部（神戸市東灘区住吉本町1-5-8　モンシャトーK203号　078-841-9839）水曜休

PICK UP

OTHERS

飯村隆彦のインスタレーションと回顧上映「メタ・メディア」展　1/21-3/26

東京都写真美術館（目黒区三田1-13-3　03-3280-0031）月曜休

■「あいうえおん六面相」ビデオより

東京都写真美術館のオープニング企画として行なわれる、「メディア」を超越するという「メタメディア」をテーマにした個展。飯村隆彦は60年代にオノ・ヨーコなどといった前衛芸術家とともに活動し、ドナルド・リーチらと「フィルム・アンデパンダンテ」を結成し、ニューヨークを拠点に欧米の映画祭で多くの賞を受賞した国際的な映像作家で、日本では90年代まで全貌を知る機会がなかった。今回は最新技術を駆使し、映像と音声のズレが笑いをさそうダイナミックなインスタレーション「あいうえおん六面相」にインタラクティヴな要素を加えた作品や、ネオ・ダダ的な過去のフィルム作品などに加え、自身によるパフォーマンスやレクチャーも行なわれる。ヴィジュアルというメディアを広い視野から見渡すことができそうだ。

STAGE

珍しいキノコ舞踊団　2/1-7

イーストギャラリー（渋谷区東3-24-7　03-3797-0555）

■珍しいキノコ舞踊団　撮影＝須崎祐治

1990年に20歳の女性たちによって結成されて以来、「ナイロン100℃」への客演などと活動の幅を広げてきた「珍しいキノコ舞踊団」。比較的限定されがちなダンスという分野に多くの若者を引き入れてきた。今回はギャラリーという特殊な会場での新作公演となる。ポストモダン以降の流れをくみ「すべては『ダンスについてのダンス』に終始する」といい、意味からの逃避と逸脱を図るため一定の動作を反復してみせる彼等の姿勢は、共通言語を失い、カオスと化した現代の感覚を象徴しているかのようだ。意味が無意味化していく幻想的な空間にふれてみたい。

GRAPHIC

ミック板谷展　2/10-14

有楽町阪急　8階ギャラリー（千代田区有楽町2-5-1　03-3575-2233）木曜休

■「ROSSO」

デパートのディスプレイやパッケージデザインでも大活躍のミック板谷。自由で力強いラインと色彩感覚で定評のある彼が「バレンタイン」と「男と女」をテーマにした作品の展示販売を行なう。スカーフやシャツにプリントしたもの、油彩、水彩、セリグラフィなどプレゼントにもぴったりな約70点が集められる。

OTHERS

「都市という舞台〜パブリック・スペースの可能性」　1/27-3/4

TN プローブ（港区六本木6-14-35　03-3505-8800）日曜・祝日休

■出展資料より　ブライアント・パーク

六本木に新しくできたギャラリー・情報発信スペースでの展覧会。ニューヨークの都市形成に着目し、パブリック・スペースの活用のされ方を通じて都市生活の可能性を探る企画展。ニューヨークの都市論を長く研究してきたコロンビア大学の協力を得て、建築家バーナード・チュミ等3名が独自の視点で構成する。豊富な資料で、近代都市が抱える問題にひとつの糸口をあたえるような内容だ。

PICK UP

GRAPHIC

横尾忠則「60's by YOKOO TADANORI」展　1/10–2/26

キリンプラザ大阪（大阪市中央区宗衛門7-2　06-212-6578）会期中無休

■腰巻きお仙　一九六六

ハイテンションに駆け抜けた60年代。そんな中、時代の寵児ともいえる活躍をみせた横尾忠則の当時の活動を再現する。70点を超えるアングラ・カルチュアシーンのポスターをはじめオリジナルのレコジャケ、自身のデザインによる灰皿といった小物類、映画に加え、愛用のサイケデリック・ファッションも披露される。日本の情念的なイメージ、ポップ、キッチュなど、無限の要素を内在する作品群から横尾忠則というカリスマを知る絶好の機会だ。

PHOTOGRAPHY

ロバート・フランク「ムーヴィング・アウト展　2/11–4/9

横浜美術館（横浜市西区みなとみらい3-4-1　045-221-0300）木曜休

■National Gallery of Art,Washington　Robert Frank

「旅」や「孤独」、「寂しさ」といった感情を思い起こさせた『ジ・アメリカンズ』で知られる写真家ロバート・フランク。人間や現実というものの重さやはかなさを切り取り、写真というものに対する楽観的な価値基準をくつがえして、今も多くの人びとに影響を与え続けている。彼は映画やビデオでも一貫してささやかな日常の環境の中に表れる真実を追求してきた。今回はワシントン・ナショナル・ギャラリーによる、世界6会場で開催される巡回展。彼の1944年から94年までの50年間の制作の歩みを、約160点の写真と映画・ビデオ17本により概観する。また期間中に記念講演会やワークショップも予定されている。

OTHERS

日清カップヌードル「hungry？」展　12/7–3/26

東京コーポレートアートミュージアム（多摩市落合1-34　0423-56-1049）月・火曜休

■カップヌードルのコマーシャルより

「コーポレート・アート」と題してベネトンなど、さまざまな企業を文化的にとらえる試みを行なっている美術館が、今回は日清食品を対象にする。カップヌードルという商品の時代背景から、その変化を家系図にするというユニークな企画。またカンヌ広告映画祭でグランプリを受賞したおなじみの広告「hungry?」シリーズや、それまでのテレビコマーシャルの変遷も展示される。企業における、クリエイティヴのあり方など、多くのことを考えさせる内容だ。

ILLUSTRATION

竹屋すごろく「INSIDE／OUTSIDE」展　1/30–2/4

Pinpoint Gallery（港区南青山5-10-1　フタバビルB1　03-3409-8268）日曜休

■同展より

「竹屋すごろく」、「ヒロ杉山」という2種類のアーティストネームを持ち、それぞれの世界を確立して、使い分けて表現し続けているという異色のイラストレーター。これまでもそれぞれの名前で多くの個展を開催しているが、今回は「竹屋すごろく 」としての個展となる。1年ほど前から描き始めたという、水彩紙に水彩絵具で自由に描いた新作約20点で構成される。「自分の内面の『ひらめき』と外界からの刺激とのバランスを楽しみながら描いたもの」という作品は、気持ちが明るくなるような色調で、どことなくユーモアがただよう。

BOOKS

PIZZICATO FIVE BOOTLEG 1994 PIZZICATO FIVE TOKYO

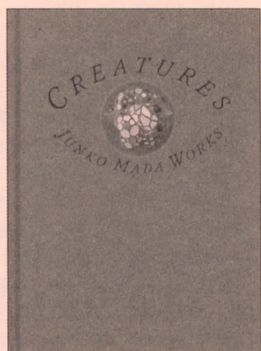
B5変形判　317頁
3800円　光琳社

つねに時代に先行する音楽とキャッチーなヴィジュアルで圧倒的な支持を得てきたピチカートファイヴ。いまやマニアがかつてのフライヤーを買いあさるほど、一種伝説化した感もあるが、本書はそんな彼らの魅力が全開した90年代の軌跡を中心に、写真日記風にコラージュしたもの。好きなものを共有したもの同士がつくるという楽しさが伝わってくる1冊だ。毎回話題をさらうレコジャケをつくる信藤三雄らによる凝ったデザインで、表紙にもユーモアあふれるひねりがきいている。

ゴダール・レッスン
佐々木敦著

A5判　317頁
2987円　フィルムアート社

本誌の映画欄でおなじみの佐々木敦の2冊目の著書。縦横無尽に音楽と映画をきりとる筆者の映画論集である。ゴダールから始まり、リヴェット、アルトマン、カサヴェテスなどの監督の作品を文字通り「読み解」いていく。見るものと見えるもの、見られるものと撮るものといった関係性の中に存在する映画そのもののよりどころを探りつつ、絡み合う糸をほぐすように語られる数々の映画。映画の終末論を越えた、「映画を撮ること、観ることの可能性」を探ろうとする好著である。

「CREATURES—JUNKO MADA WORKS—」
馬田純子著

21.7cm×15.5cm　80頁
2900円　光琳社

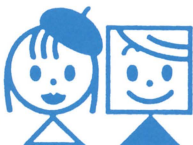
馬田純子は、80年代の半ばから、鏡のかけらと粘土、樹脂を使ったオブジェをつくり続けてきた作家だ。モチーフの多くは爬虫類。カエルやヘビ、アンモナイトなどを、ころころと生み落としてきた。皮膚にちりばめられた鏡は鱗だろうか。外界へ無限に拡張しようとする柔らかな内部をくいとめる殻のようでもある。なによりも印象的なのは目。ガラスの透明感につぶらな黒目をのぞかせた巧妙な目は、外界を、少しおびえながら、好奇心をもってじっとみつめる子供や動物の目に似ている。

「吉阪隆正の方法　浦邸1956」
斉藤祐子著

11.5×17.8mm　各253頁
2,500円
住まいの図書館出版局

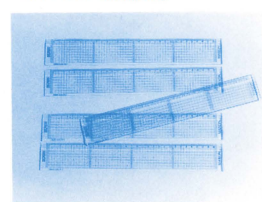
アテネ・フランセの設計で知られる建築家吉坂隆正（1917-80）の起点となる作品、浦邸は56年兵庫県夙川に竣工する。政府給費留学生としてフランスへ渡り、コルビジェの下で、モダンデザインが世に送り出される現場をじかに体験した吉坂の生々しい感触が施されたこの住宅を軸に、吉坂と好対照な資質を備え、分かつことのできないパートナー大竹十一とスタッフとの関係、その中で進む設計の手法、そして今もこの家に住み続ける浦夫妻を通して建築の持つ根源的な意味が語られていく。

【愛読者アンケート＆デザイン用品プレゼント】

◎小社では愛読者のみなさまの厳しいご意見を拝聴し、
ますます充実した雑誌づくりを
心掛けたいと思います。
◎本誌記事広告などでご協力いただきました各デザイン用品メーカー、
材料取り扱い店のご好意により、
アンケートをお寄せくださった読者のなかから
抽選で「デザイン用品」を贈呈いたします。
◎下の愛読者アンケートの指定欄に、
ご希望のデザイン用品の番号をご記入の上、
ふるってご応募ください。
◎ご希望の方が多数の場合、抽選の上、
1995年4月中に品物の発送をもって、
当選者のお知らせに代えさせていただきます。
◎締切日＝1995年3月10日(消印有効)

**奮ってアンケートを
お寄せ下さい。
すてきな「デザイン用品」が当たります。**

ass

[1]バニーコーポレーション
リキテックス
伝統色12色セット[5名]

[2]ホルベイン画材
マクソンガラス定規[5名]

[3]ターナー色彩
アクリルガッシュ　プロキューブ
9色セット[5名]

POST CARD

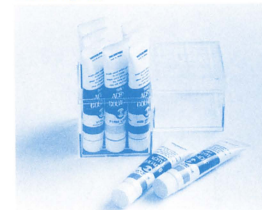
101-00
008

料金受取人払

神田局承認
7008

差出有効期間
平成8年3月
24日まで

切手をはらずに
このままポストへ

[受取人]
東京都千代田区
神田神保町2-36
稲岡ビル6階
美術出版社
愛読者アンケート係

デザインの現場｜愛読者アンケート No.74

⊙本誌および小社刊行物に対するご意見, ご希望

⊙ご希望の「デザイン用品」を番号でおかきください。

第1希望	第2希望	第3希望
No.	No.	No.

デジタルカラープリント

必要な時、必要なものを、必要な部数だけ印刷

ショートランカラー印刷

Macデータから直接印刷機へ、ゆえに製版フィルムと刷版が不要です。
カラーコピーとは違い、液体インキで解像度は800dpiです。
100部でも200部でも必要な部数だけ印刷します。
内容の一部をさしかえて、それぞれ必要部数だけの印刷も得意です。
用途はパンフレット、社内報、招待状、報告書、商品案内、価格表、
企画書、POP、プライスカード、メニュー、シール他全ての印刷物に可能です。
一度作ると、データが保存できますので次回からの印刷が安くなります。

テクノロジーの進歩による短納期・低価格。例えば

A4判・8頁・オールカラー
100部印刷代　166,000円

お問い合せ

☎03(3470)7821㈹ 営業2課

〒107 東京都港区元赤坂1-4-2 知性ビル　㈱創基　電話03-3470-7821　FAX03-3470-7850

●募集要項請求/〒共1,100円(現金または郵便為替)を同封して入試係へ　〒820 福岡県飯塚市柏の森11-6　☎0948(22)5655

美術出版社［新刊案内］

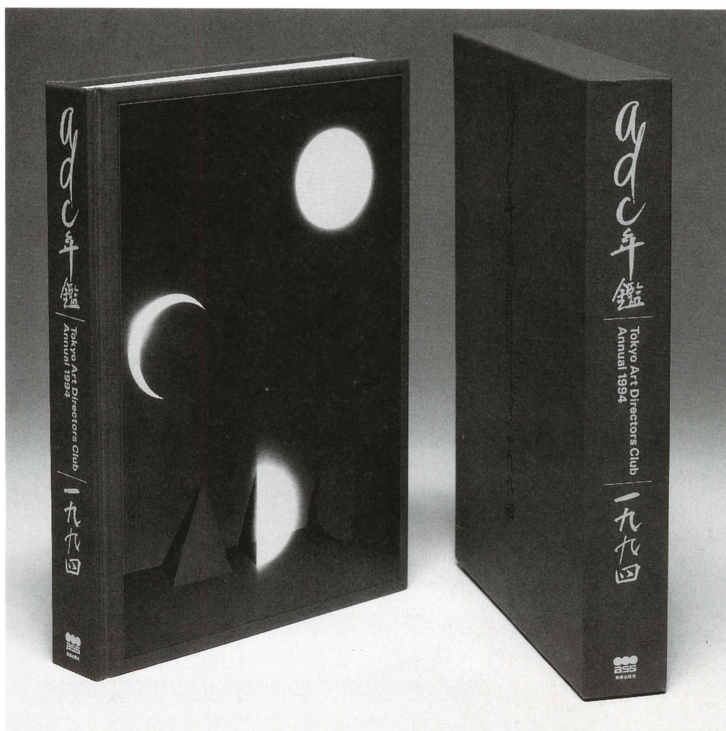
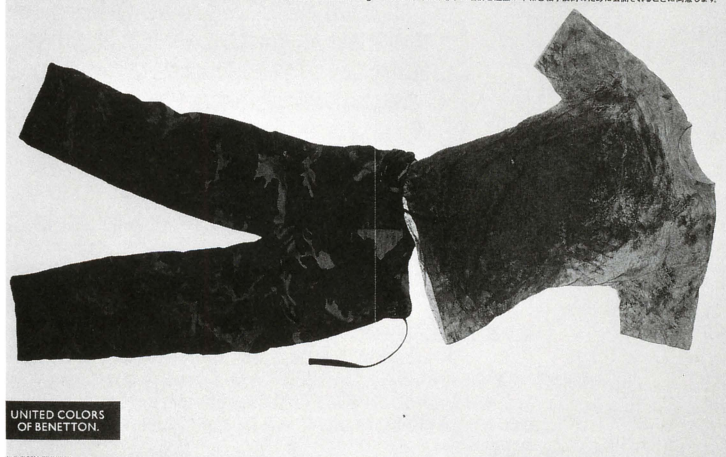
圧倒的な信頼感!
ますます充実して
今年も登場!
ADC年鑑は
付加価値を追求する
広告のための
情報バンクです.

ADC年鑑'94

東京アートディレクターズクラブ編
A4判, 上製クロス装, 化粧函入り, 総520頁
定価＝22,000円
568-53094-6 C3372

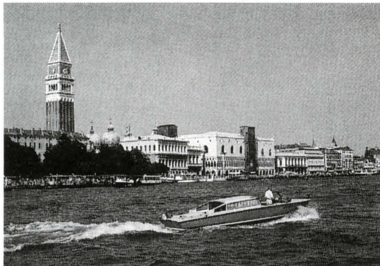
1年間の秀作広告を
選りすぐって集めた
アニュアルとして知られる
ADC年鑑は,
数ある年鑑の中でも
最も信頼度の高い
広告年鑑の定番です.
毎年時代を反映した
ポスターなどで記憶に残るものが
多いのが特長です.
本年度グランプリには,
ボスニア紛争で倒れた兵士の
「血染めの」服を大胆に
アレンジしたベネトン社の
企業広告が選ばれました.

ADCグランプリ受賞者
オリヴィエーロ・トスカーニ

「賞をもらった写真は，私の作品の中でもとくに『日本的』なものである．私にとって『日本的』というのは，正確で，実質的で，厳密という意味である．この二枚の血に染まった服が，どれほど強くメッセージを伝える力があるかということに私自身驚いた．この服を白い台の上に置いてみたとき，この服それ自体だけで，どんなテレビニュースやどんな戦争のルポルタージュよりも多くのことを物語るかということに気がついた．特別なテクニックを施す必要などなかった．逆に，なにかを付け加える代わりに，余分な物を取っていく努力をした．今までの自分の知識や，今日の写真の技術で可能な効果を付け加えるのをやめた．そうすることによって，可能な限りシンプルな形でこの服自身が持っている力強さを伝えたかったからである．今回の賞を日本からもらったということをとても誇りに思う．日本は私がとりわけ評価している国であり，常に注目している文化を持つ国であり，いつも訪れるのが楽しみで，そのたびにその精密さと実質的な資質に感銘を受ける国だからである」．

美術出版社［新刊案内］

［美術の旅ガイド・シリーズ］

イタリア美術鑑賞紀行

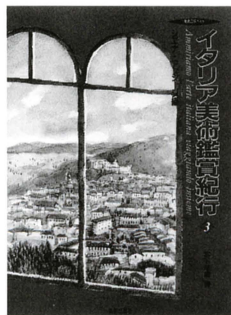
宮下孝晴・著　A5判，挿図多数

美術作品をその作品と切っても切り離せない
場所との関係で見ることの大切さは，
どんなに精巧な複製や写真も
およびもつかないことに違いありません．
特にイタリア美術の豊饒な味わいは，
美術館や博物館もさることながら，公の広場や
教会，公園，建築物などに特徴的です．
本書は，誰もが一度は行ってみたいと憧れる
イタリアの花の都の数々を案内する
美術の旅ガイドブックです．
イタリア美術をこよなく愛する著者は，
古典美術の魅力尽きないイタリアの都市を
北から南へ，まさに熟知している者のみが
伝え得る周到なアドヴァイスの数々を，
旅先から差し出す手紙の形を借りて
旅情豊かな美術ガイドを繰り広げ，
あなたを現地へ駆り立てるのです．

［既刊］
ヴェネツィア・ミラノ編
定価＝2,800円　568-43034-8 C3071
フィレンツェ・ピサ編
定価＝2,300円　568-43035-6 C3071
シエナ・アッシージ編
定価＝2,300円　568-43036-4 C3071
ローマ・ヴァチカン編
定価＝2,300円　568-43039-9 C3071
［続刊］
ナポリ・ポンペイ編
'95年1月下旬刊
シチリア編
'95年4月上旬刊
珠玉の町・データ編
'95年6月上旬刊行予定

［ヴェネツィア・ミラノ編］

周知の通り，ここヴェネチアは16世紀以来
「水の都」と呼ばれる世界的に名高い古都．
見どころにことかかない数多くのイタリアの
町の中でも最大の観光メッカと言える処．
町中を網の目のように走る運河は，
この町に自動車という文明の利器を
一切受けつけません．だから，
ここを訪ねる人は誰でも，サン・マルコの
船着き場から上陸することになるのです．

［フィレンツェ・ピサ編］

フィレンツェを花の都というのは，
なにも町中に花が溢れているという
意味ではありません．
それは「歴史の花」ルネサンスを生んだ
町の意味なのです．
今から600年も前に百花繚乱の
芸術の華やぎを見せた古都の魅力を
十分に味わうためには，
どうしても5日間が必要です．

［シエナ・アッシージ編］

豊饒華麗なルネサンスの芸術に
酔いしれた心を少し和らげるのに，
ここ中部イタリアの緑豊かな
ウンブリア地方は
うってつけでしょう．
謹厳を地で行く中世キリスト教世界の
信仰を肌で感じられる修道院では，
偉大な芸術家たちの手になる
フレスコ壁画が目を洗います．

［ローマ・ヴァチカン編］

ヨーロッパ文明の発祥の地ローマが，
美術鑑賞の宝庫であることを
十二分に踏まえつつ，
著者はより以上の大切なものの在りかへと
あなたを導きます．
古代ローマ帝国の繁栄と
キリスト教世界の成立が，
まさに歴史的幻影として
直に肌で感じ取れるようなものとして．

美術出版社[新刊案内]

新しい画材ガイド

最新画材の紹介から基本技法, さらにプロの華麗なテクニックまでを満載!

『BT/美術手帖』増刊号編集部編　B5判, フルカラー

画材大全

色鉛筆からコンピュータまで

182頁, 定価=2,500円　568-50146-6 C3072

絵を描くための画材について, その使い方のノウハウをきめ細かく解説したのが本書です. 併せて現在第一線で活躍中のアーティストの実作品を紹介していますから, 見て読んで楽しい画材百科となっています. 収録画材は, 鉛筆, 色鉛筆, パステル, ペン, インク, マーカー, 油絵具, 水彩, アクリル, 筆, エアブラシ, 粘着材, コピー機, コンピュータなど.

色鉛筆

Color Pencils

120頁, 定価=2,200円　568-50161-X C3072

気軽に, どこででも簡単に描くことのできる色鉛筆は, いろいろある画材のなかでも, 最も気楽な道具です. 最近では, 水を含ませるだけで水彩画の効果を出せるものや, 蛍光ペンシルとか, 紙以外にも描けるものとか, 個性的な数々の色鉛筆があります.

パステル

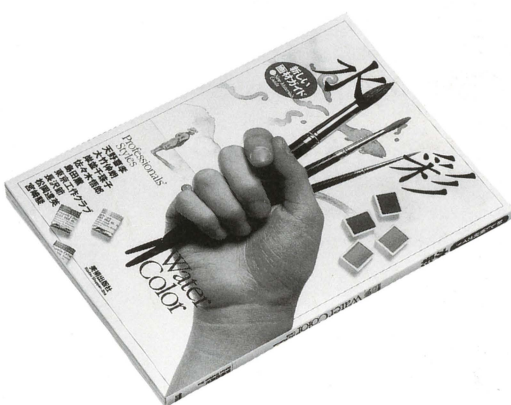
Pastel

120頁, 定価=2,500円　568-50170-9 C3072

パステルとは, 顔料とメディウムを練り合わせて棒状に固めた色彩材料のことですが, 油絵具や水彩絵具と比べて色数の多いのは, 混色がむつかしい点にあります. しかし, いわゆるパステルカラーと呼ばれる中間色の色が多く, それを生かしたパステル画というジャンルさえあるくらいに人気のある画材です.

水彩

Water Color

120頁, 定価=2,500円　568-50173-3 C3072

水彩絵具は, 水を加えるだけで手軽に使える画材として親しまれているものです. 水彩画として単独に用いられたり, 鉛筆や色鉛筆, パステルなどと併用して幅広く使われたりしています. 透明水彩と不透明水彩とがあり, 不透明の方は重ね塗りができます.

MITSUWA

ミツワペーパーセメントの家族。

ペーパーセメントS-COAT（片面塗り） ❶4立缶 ❷大缶 ❸丸缶 ❹セット ❺チューブ詰
片面塗布で貼ったり、はがしたりが簡単にできる。

RCペーパーセメント（片面塗り・無伸縮・樹脂加工用） ❻4立缶 ❼大缶 ❽丸缶
ポリエチレン・ビニール等の樹脂加工紙の接着に最適。はがしたり、再接着もできる。

ペーパーセメント（両面塗り） ❾4立缶 ❿大缶 ⓫丸缶 ⓬セット ⓭チューブ詰
貼合せ、はくり、移動ができ接着も早く、そり、伸縮、変色等がおこらない。

ペーパーセメントソルベント（溶解液） ⓮4立缶 ⓯大缶 ⓰丸缶
貼合せた紙をはがしたり、移動等に使用する溶解液。

ソルベント用ディスペンサー（容器） ⓱L ⓲M ⓳S
ソルベントの流出量が自由に調整できる容器。

セメント用ディスペンサー（容器） ⓴50 ㉑25
気密度も高く扱いやすい。

セメントディスペンサー用ブラシ（取替え用） ㉒50・25用替ブラシ ㉓50用先端ブラシ
替ブラシはブラシ（軸ごと）を取替える着脱自在型。先端ブラシはネジ操作で簡単に取替えできる。

フィットテープ（両面粘着剤） ㉔
両面とも強い接着力を持つテープ。広範囲の接着に最適で接着後のはくり、移動が可能。

ラバークリーナー ㉖巻型 ㉗平板型
セメントによる接着のはみ出し等を除去する消ゴム。

白ヌキインキ ㉘アクアマスク ㉙マスケット
白ヌキしたり、マスキングに便利なインキ。

ミツワボンド303・305・307スプレーのり ㉚
303・305は、片面塗布で貼ったり、はがしたりが自由自在でデザインや版下制作に便利。307は、やや厚い素材まで接着できる強力用。

ミツワのデザイン・イラスト用品のカタログ
ご希望の方は、右記宛にご請求ください。

福岡工業株式会社 〒104 東京都中央区銀座1-12-4
TEL 03－3561－1341

デザインの現場・七四号・一九九五年二月五日発行（隔月刊年六回発行）
発行・株式会社美術出版社　東京都千代田区神田神保町二－三十六　稲岡ビル　〒一〇一　電話（三二三四）二一五一営業・〇五四五編集・ＦＡＸ（三二三四）九四五一　振替〇〇一五〇－九－一六六七〇〇
美術出版社　定価1、800円（本体1、748円）

雑誌 06547-2　　T1006547021804